

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E NATURAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS**

**NELSON MARTINELLI FILHO**

**O AUTOR CONTEMPORÂNEO E A MÁQUINA  
PRODUTORA DE MITOS**

**VITÓRIA  
2016**

NELSON MARTINELLI FILHO

**O AUTOR CONTEMPORÂNEO E A MÁQUINA  
PRODUTORA DE MITOS**

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Letras  
do Programa de Pós-Graduação em Letras do Centro  
de Ciências Humanas e Naturais da Universidade  
Federal do Espírito Santo, como requisito parcial  
para obtenção do título de Doutor em Letras.

Orientadora: Profa. Dra. Fabíola Simão Padilha  
Trefzger.

VITÓRIA  
2016

Dados Internacionais de Catalogação na publicação (CIP)

M385a	<p>Martinelli Filho, Nelson, 1988-</p> <p>O autor contemporâneo e a máquina produtora de mitos / Nelson Martinelli Filho. – 2016. 184 f. : il. ; 30 cm</p> <p>Orientadora: Fabíola Simão Padilha Trefzger. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Espírito Santo, Programa de Pós-graduação em Letras, Vitória, 2016.</p> <p>1. Mito. 2. Autorial. 3. Livros - indústria. I. Trefzger, Fabíola Simão Padilha. II. Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Humanas e Naturais. III. Título.</p> <p>CDU: 82.0</p>
-------	--

NELSON MARTINELLI FILHO

**O AUTOR CONTEMPORÂNEO E A MÁQUINA PRODUTORA DE  
MITOS**

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Letras do Programa de Pós-Graduação em Letras do Centro de Ciências Humanas e Naturais da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Letras.

Aprovada em \_\_\_\_\_

**COMISSÃO AVALIADORA**

Profa. Dra. Fabíola Simão Padilha Trefzger (Orientadora)  
Universidade Federal do Espírito Santo

Profa. Dra. Maria da Luz Pinheiro de Cristo (Membro titular interno)  
Universidade Federal do Espírito Santo

Prof. Dr. Wilberth Claython Ferreira Salgueiro (Membro titular interno)  
Universidade Federal do Espírito Santo

Profa. Dra. Andréia Penha Delmaschio (Membro titular externo)  
Instituto Federal do Espírito Santo

Prof. Dr. Messias Tadeu Capistrano dos Santos (Membro titular externo)  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Profa. Dra. Rafaela Scardino Lima Pizzol (Membro suplente interno)  
Universidade Federal do Espírito Santo

Profa. Dra. Priscila de Souza Chisté (Membro suplente externo)  
Instituto Federal do Espírito Santo

Para o Heitor,  
o infinito.

## AGRADECIMENTOS

Minha imensa gratidão a todos que de alguma maneira contribuíram nas etapas que envolvem este trabalho, em especial:

ao Heitor, por redimensionar a importância desta tese e do resto do mundo, por aliviar, com o menor gesto, todo o peso que a vida pudesse acumular e por inventar, em mim, um amor extraordinário; por você, tudo;

à Rafa, por dividir comigo várias vidas – o trabalho, o lar, a diversão, a amizade, as convicções, os jogos, o amor e, claro, a mais importante de todas, nosso filho – e estar ao meu lado, sempre; obrigado pela paciência e pela ajuda durante todo o processo de escrita;

aos meus pais e ao meu irmão, por serem os responsáveis por tudo isso, com todo apoio e suporte, por me incentivarem a lutar por minhas metas e por serem uma fonte inabalável de segurança;

à Fabíola, a quem devo este (e tantos outros) trabalho(s), pela inestimável importância em minha formação, por ter sido tão atenciosa e gentil por tantos anos de orientação (de pesquisa e de vida);

à Andréia e ao Bith, por participarem, com a amizade e com as lições, em tantos momentos fundamentais ao longo dessa jornada acadêmica;

à Maria da Luz, ao Tadeu, à Rafaela Scardino e à Priscila, por gentilmente aceitarem o convite para compor a banca;

aos meus professores de todas as etapas de ensino, pela dedicação em ensinar (que só vim a entender mais tarde). Não posso deixar de mencionar, mais uma vez, as professoras Isolina e Lília e o professor Osmar, cujas palavras de incentivo, das quais não me esqueço, me guiaram até aqui;

à Leandra, pela cumplicidade e por cuidar tão bem da minha família;

à Samyra, por todos os anos de amizade, pela tainha e pela tradução;

a Flávia, Flora, Gustavo, Marihá e Rafael, pela paciência nos momentos de ausência ao longo desta etapa e por estarem presentes em minha vida;

ao Théo, à Mel e ao Léo, pelos ronrons e pela companhia nas madrugadas de escrita;

à Capes – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior –, pela bolsa concedida.

*Pois só pode ser imputada a uma natureza sobre-humana a existência de seres suficientemente amplos para usarem pijamas azuis no próprio instante em que se manifesta como consciência universal, ou ainda para professarem o amor ao “queijo de Saboia” com essa mesma voz com que anunciam a sua próxima Fenomenologia do Ego.*

*Que importa quem fala?*



## RESUMO

Em meio à gama de pesquisas e trabalhos que vêm sendo produzidos nas últimas décadas no Brasil a respeito de temas como *retorno do autor*, *escritas de si* e *autoficção*, com frequência se tem falado sobre o surgimento de um “mito do autor” (ou ainda “mito do escritor”) – e tais expressões têm aparecido indiscriminadamente em variados textos de variados pesquisadores. No entanto, na maior parte das vezes em que esses termos são mencionados pouca distinção teórica se faz, tomando-os frequentemente de forma ampla, num sentido quase dicionarizado ou genérico. Assumindo como ponto de partida, portanto, a expressão *mito do autor*, esta tese pretende investigar como, considerando as acaloradas discussões sobre a figura do autor durante o século XX, bem como as produções literárias das mais contemporâneas, vem sendo sistematizada essa imagem mítica (em especial como um resquício de comportamento mítico contemporâneo), a que ou a quem essa imagem tem servido, quais são suas finalidades e suas consequências. Para tanto, será necessário um aprofundamento com relação às noções de a) autor, a partir de nomes como Roland Barthes, Michel Foucault, Giorgio Agamben e Roger Chartier; e b) mito, retomando alguns conceitos-chave como os de Mircea Eliade, Paul Veyne e Jean-Pierre Vernant, até chegar ao Barthes de *Mitologias*, que fundamentará as discussões no âmbito da literatura contemporânea. Essas questões serão relacionadas aos romances de Chico Buarque – *Estorvo* (1991), *Benjamim* (1995), *Budapeste* (2003), *Leite derramado* (2009) e *O irmão alemão* (2014) – na busca de uma análise pormenorizada da relação entre a *persona* que escreve e o sistema mercadológico editorial, com vistas a acompanhar as estratégias de construção do mito do autor.

**Palavras-chave:** Autoria contemporânea. Mito do autor. Chico Buarque.

## ABSTRACT

Amidst the range of research and work that has been produced in the last decades in Brazil on topics such as *author's return*, *written himself* and *autofiction*, it often has been said about the emergence of an “myth of the author” (or “writer myth”) – and such expressions indiscriminately have appeared in a variety of different texts of different researchers. However, in most cases where these terms are referred little theoretical distinction is made, frequently taking them widely in a dictionary and generic sense most of the times. So, taking as a starting point, the expression *myth of the author*, this thesis intends to investigate how, considering the heated discussions on the author's figure during the twentieth century and the literary productions of the contemporary, this mythical image has been systematized (especially as a vestige of contemporary mythical behavior), to which or to whom the image has served, what are its purposes and its consequences. Thus, a deepening in relation to a) author notions, from names like Roland Barthes, Michel Foucault, Giorgio Agamben and Roger Chartier; and b) myth, retaking some key concepts such as Mircea Eliade, Paul Veyne and Jean-Pierre Vernant, until you reach the Barthes of *Mythologies*, which provides a basis for discussions within the contemporary literature. These issues are related to novels by Chico Buarque – *Estorvo* (1991), *Benjamim* (1995), *Budapeste* (2003), *Leite derramado* (2009) and *O irmão alemão* (2014) – in search of a detailed analysis of the relationship between the persona who writes the editorial and marketing system, in order to keep up with the author of the myth-building strategies.

**Keywords:** Contemporary Authors. The author myth. Chico Buarque.

## RÉSUMÉ

Parmi de recherches et de travaux qui viennent de paraître dans les dernières décades au Brésil à propos de thèmes comme *retour de l'auteur*, *écritures de soi* et *autofiction*, on parle fréquemment d'un mythe de l'auteur (ou encore "mythe de l'écrivain") – et telles expressions sont apparues sans distinction dans de divers textes et dans de divers chercheurs. Pourtant, dans la plupart de cas où ces termes sont mentionnés on fait peu de distinction théorique, en les prenant souvent d'une manière ample, dans un sens presque "dictionnairisé" ou générique. En assumant comme point de départ, donc, l'expression *mythe de l'auteur*, cette thèse a pour but de mener comment, en considérant les animées discussions sur la figure de l'auteur pendant le XXe siècle, ainsi que les productions littéraires les plus contemporaines, on vient de systématiser cette image mythique (notamment comme un vestige de comportement mythique contemporain), à quoi et à qui cette image a servi, quelles sont ses finalités et ses conséquences. À cette fin, il faut un approfondissement par rapport aux notions de: a) auteur, à partir de noms comme Roland Barthes, Michel Foucault, Giorgio Agamben et Roger Chartier; et b) mythe, en reprenant certains concepts clés comme ceux de Mircea Eliade, Paul Veyne et Jean-Pierre Vernant, avant d'arriver au Barthes de *Mythologies*, qui fondera nos discussions dans le cadre de la littérature contemporaine. Ces questions seront liées aux romans de Chico Buarque – *Estorvo* (1991), *Benjamim* (1995), *Budapeste* (2003), *Leite derramado* (2009) et *O irmão alemão* (2014) – dans la recherche d'une analyse détaillée du rapport entre la *persona* qui écrit et le système du marché éditorial, visant à suivre les stratégies de construction du mythe de l'auteur.

**Mots-clés:** Être auteur contemporain. Mythe de l'auteur. Chico Buarque.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>1 O MITO DO AUTOR</b> .....	20
1.1 MITO, MITOS .....	20
1.1.1 Mito e sociedades arcaicas/primitivas .....	23
1.1.2 Mito e Grécia .....	26
1.1.3 Mito e contemporaneidade .....	33
1.2 O AUTOR COMO MITO .....	36
<b>2 A MÁQUINA PRODUTORA DE MITOS</b> .....	44
2.1 AUTOR, AUTORES: AINDA SOBRE UMA GENEALOGIA .....	47
<b>3 O MITO DO EGO</b> .....	65
3.1 O MITO DO <i>BEST-SELLER</i> .....	74
<b>4 A MÁQUINA DE MITOS (DE) CHICO BUARQUE</b> .....	92
4.1 CONSTRUÇÃO .....	92
4.2 MITO DOS/NOS ROMANCES DE CHICO BUARQUE .....	106
4.2.1 <i>Estorvo</i> .....	107
4.2.2 <i>Benjamim</i> .....	117
4.2.3 <i>Budapeste</i> .....	129
4.2.4 <i>Leite derramado</i> .....	142
4.3 <i>O IRMÃO ALEMÃO</i> E O PROJETO GRÁFICO DOS ROMANCES .....	153
<b>5 MAS CHICO TAMBÉM É UM NOME DE ESCRITOR RUIM</b> .....	172
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	178

## INTRODUÇÃO

O mito, ainda. Esse foi o pensamento que me ocorreu ao decidir desenvolver tal tema nesta tese. Tinha – e ainda tenho – a consciência de que isso poderia me levar a mergulhar num número quase sem fim de estudos dedicados a tentar responder a esta questão milenar: *o que é o mito?*

Embora entre as poucas certezas que temos nesta vida uma delas seja exatamente a de que não temos (e nem podemos ter) certeza de quase nada, uma definição precisa de mito tem fugido aos homens desde os mais antigos textos gregos. Ademais, se a questão ainda se impõe, é sinal de que também os próprios homens não têm fugido aos mitos. Mas a que, então, vem esta tese? Começemos pela primeira parte do título.

No atual panorama dos Estudos Literários no Brasil já se tornou lugar-comum falar de uma espécie de *retorno do autor*. Multiplicam-se na academia publicações, pesquisas e eventos que abordam esse tema ao mesmo tempo em que as prateleiras das livrarias acumulam novos autores, ampliando cada vez mais o campo para pesquisadores desejosos de novos ares, novos nomes e novos artigos. Esses novos autores, muitas vezes inseridos numa das atuais tendências de produção acadêmica nas áreas de pesquisa em literatura, retroalimentam o ciclo, atraindo para si as atenções do público e da crítica. Um desses campos de atuação na literatura convencionou-se chamar, tomando de empréstimo um termo foucaultiano, *escritas de si*<sup>1</sup>, tendo como um dos ramos mais prolíficos, por exemplo, a *autoficção*.

Toda essa conjuntura, embora recente, é consequência das acaloradas discussões do século XX, em especial em sua segunda metade, que trouxeram à baila e puseram em xeque o sujeito – e, para o interesse desta tese, o sujeito que escreve. Se a noção de autor veio se modificando paulatinamente ao longo dos milênios desde a Antiguidade, o século passado redimensionou mais bruscamente o seu significado. Hoje, porém, com as expansões dos meios midiáticos e digitais, o sujeito é novamente posto em evidência. Sua biografia atrai olhares e interesses, seja esse sujeito uma celebridade – exposto em *talk shows*, revistas especializadas, biografias (autorizadas ou não), diários íntimos etc. – ou um anônimo – sendo observado em *reality shows*, redes sociais, *blogs* etc. (e que, justamente por isso, abandona o anonimato) –, alimentando e movimentando uma roda de interesses mútuos: de quem vê e de quem se expõe. Tal cenário de superexposição

---

<sup>1</sup> Advindo do texto homônimo publicado em 1983 (FOUCAULT, 2004, p. 144-162).

constante de nossos *perfis* (construções identitárias que predominam nas redes sociais) rasura a polarização comumente estabelecida entre fama e anonimato.

Neste ponto retomo o ciclo de produção das *escritas de si*, que se insere nesse rodeio que envolve, além do sujeito, também o mercado. Em meio a essa profusão de pesquisas e trabalhos que vêm sendo produzidos no campo das escritas de si, com frequência se tem falado sobre o surgimento de um “mito do autor” (ou ainda “mito do escritor”): “Assim, o que interessa na autoficção não é a relação do texto com a vida do autor, e sim a do texto como forma de criação de um mito, o mito do escritor” (KLINGER, 2007, p. 50). Tal expressão tem aparecido indiscriminadamente em variados textos de variados pesquisadores<sup>2</sup>, citando, em geral, a pesquisa de Diana Klinger, em *Escritas de si, escritas do outro* (2007), na qual utiliza a expressão em pauta tomada de empréstimo de *Mitologias* (2012), de Roland Barthes.

A noção de mito tem múltiplas definições, a variar entre autores e épocas. Na literatura – e muitas vezes no senso-comum –, é com frequência que se remete à mitologia greco-romana. Porém, discorrer sobre mitos requer cautela com relação a uma série de outras noções, como as de crença, de verdade, de História etc. – além de atenção a aspectos que perpassam, por exemplo, a Antropologia, a Sociologia e a Filosofia. Portanto, tentarei no primeiro capítulo destacar algumas visões e definições de mito, para, ao longo da tese, lançar mão de um suporte teórico que amplie – e, ao mesmo tempo, especifique – o campo de análise quando se trata de mito do autor.

O movimento inicial, então, naturalmente, será o de discutir sobre distintas noções de mito, ainda que recorramos a contextos tão díspares como as sociedades primitivas, a Grécia antiga e a França dos anos de 1950. Além disso, será fundamental, partindo de uma premissa teórica, analisar como têm sido utilizadas as expressões “mito do autor” e “mito do escritor” nos trabalhos de pesquisadores de temas da autoria contemporânea –

---

<sup>2</sup> Para citar alguns exemplos: “O retorno do autor na literatura contemporânea”, de Bruno Lima Oliveira (Anais do SILEL – Simpósio Nacional e Internacional de Letras e Linguística, v. 1, n. 1); “Eu só posso escrever sobre ‘mim’ mesmo”, de Cláudia Chalita de Azevedo (Revista *Outra travessia*, n. 14, 2012); “As formas do eu na ficção de Rodrigo de Souza Leão”, de Juliana Silva Sá e Juciane Santos Cavaleiro (Revista *Criação & crítica*, n. 13, 2014); “Strindberg e o teatro: uma performance do autor?”, de Camylla Galante (Revista *LL Journal*, v. 7, n. 1, 2012); “Todo lo cercano se aleja. Roberto Bolaño e Enrique Vila-Matas, da autoficção ao ‘espaço biográfico’”, de Ana Paula dos Santos de Sá (Revista *Diacrítica*, v. 28, n. 3, 2014); “Memórias de uma vida imaginária: a escrita de si em *O amanuense Belmiro*”, de Keila Mara de Souza Araújo Maciel (Revista *Versalete*, v. 2, n. 3, jul./dez. 2014); “*Santiago*: uma reflexão sobre o cinema-documentário”, de Suéllen Rodrigues Ramos da Silva e Luiz Antonio Mousinho (Revista *Doc On-line*, n. 15, 2012/2013), entre muitos outros. Todos foram conferidos em suas versões *on-line* via *Google Acadêmico*, acessados em 24 ago. 2015, entre 16h05 e 23h32.

quais são as ocorrências, em que se baseiam e quais são (se existem) os problemas no uso indiscriminado dos termos.

Também estará na berlinda, por consequência, a discussão sobre a figura do autor, que será empreendida no segundo capítulo desta tese, bem como seu reposicionamento na literatura contemporânea, e o cada vez maior envolvimento da mídia em sua vida e sua obra. Em geral, a autoria foi um dos grandes temas de debates ao longo do século XX entre estudiosos, pesquisadores e pensadores acerca da literatura. Dessa maneira, de fato, não se pode dizer que a imagem do autor do início do século é a mesma ao seu fim – se algumas semelhanças podem ser apontadas, os abalos sofridos certamente deixaram suas marcas. Nesse momento, nomes como Roland Barthes, Michel Foucault, Giorgio Agamben e Roger Chartier serão obrigatórios, cujas contribuições para análise dos períodos conhecidos como morte e retorno do autor são de grande importância.

Considerando isso, o papel da mídia com relação ao sujeito – e, no nosso caso, com relação ao sujeito autor – também será um ponto importante na análise desenvolvida no terceiro capítulo, assim como a reflexão sobre a forma com que tudo isso atua em favor de um sistema mercadológico impetuoso. Minha proposta, nesse sentido, é lançar lentes de aumento sobre os estratagemas utilizados pelo mercado editorial com a finalidade de colocar o autor – e a obra, seu produto – em um lugar de cada vez maior evidência. O retorno financeiro dessa estratégia – retorno este para o próprio mercado, e não exatamente para o autor – é inegável e os dados mostram, ano a ano, um notável aumento no número de vendas de livros, como veremos ao longo deste trabalho.

Ao menos no século em que vivemos, as principais formas de autopromoção e divulgação dos autores têm sido as entrevistas, as redes sociais e as proliferantes feiras/festas literárias. Sobre estas últimas, Paula Sibilia, em seu *O show do eu* (2008), lembra que “esse gigantesco mecanismo de fabricação de exposições e festivais, com seu combustível mercantil e suas turbinas midiáticas, tornou-se autônomo: agora funciona por si só e precisa de alimentação constante, embora pouco importe quais são os nutrientes que lhe são ministrados a cada temporada” (SIBILIA, 2008, p. 158).

Um dos eventos literários mais populares no Brasil é a Feira Literária Internacional de Paraty, a Flip. Com um número maior de participantes a cada ano, em sua 12ª edição, em 2014, os números impressionam: uma estimativa de público de 20 a 27 mil visitantes, uma renda para a cidade estimada em R\$ 14.000.000,00, com 95

convidados de 14 países diferentes, totalizando um número de 153 eventos internos<sup>3</sup>. Já a maior – ao menos em termos numéricos – feira literária do país, a Bienal do Livro Rio, computou, em sua última edição (2015), a estatística exorbitante de 676 mil visitantes (número ainda maior que os 660 mil que visitaram a edição de 2013) e um total de 3,7 milhões de livros vendidos (um aumento relativo aos 3,5 milhões anteriores), incluindo a participação de 200 autores, entre brasileiros e estrangeiros<sup>4</sup>. Pode-se dizer com segurança que são megaeventos.

Temos, de um lado, um mercado editorial em franca expansão e sedento por vendas e, de outro, um público ávido por participar desse circo montado, de ver pessoalmente, ao vivo, em carne e osso, seus heróis, tão divinos, tão humanos. No meio dessa gincana, situa-se o autor. Fazer parte do jogo torna-se uma especial chance de ter, em primeiro lugar, seu livro *comprado* e, posteriormente, *quicá, lido*. Meu interesse está, portanto, na transformação do autor nessa peça central do sistema mercadológico editorial e, em especial, como isso revela uma espécie de comportamento mítico no mundo contemporâneo.

Um dos gestos analíticos desta tese tratará da tendência a enxergar a figura do autor como fonte de informações a respeito das *origens* de uma obra e de sua *cosmogonia* – para usar dois tipos de mito bastante recorrentes. Sob essa perspectiva, entre o público leitor não especializado, tenta-se entender o autor contemporaneamente como a “origem” de seu relato, isto é, a fonte à qual o leitor recorrerá para obter “pistas” sobre seu texto – e essa perspectiva, guardadas as devidas diferenças, encontra-se no bojo da crítica do século XIX. Para ainda dialogar com a mitologia, o leitor frequentemente espera que o autor revele a sua cosmogonia, ou seja, a sua formação como escritor:

A cena da escrita – como em toda autobiografia – é, por sua vez, indissociável de um começo. Começo da vocação, da infância, do escrever ou do considerar-se *escritor* (o que supõe já um distanciamento do “ser”), inscrição mítica, não sempre coincidente com os primeiros anos da vida, mas determinante na história atual, cuja trama se aventura no vaivém do diálogo. Atualidade que [...] não é mera rememoração, mas uma nova maneira de contar e, consequentemente, uma nova história (ARFUCH, 2010, p. 222-223).

Mircea Eliade distingue em seu *Mito e realidade* (1972) os mitos de origem dos mitos cosmogônicos. De acordo com suas definições, estes são anteriores àqueles,

<sup>3</sup> Todos os dados foram extraídos do relatório do próprio evento. Disponível em: <[http://www.flip.org.br/posflip2014/pos\\_flip\\_2014.pdf](http://www.flip.org.br/posflip2014/pos_flip_2014.pdf)>. Acesso em: 11 ago. 2015, 12h35.

<sup>4</sup> Os números são dos organizadores, disponibilizados no portal G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/09/bienal-do-livro-no-rio-bate-recorde-de-publico-e-vendas.html>>. Acesso em: 09 jun. 2016, 22h27.



tornando-se exemplares, uma vez que “tudo que o homem faz repete, de certa forma, o ‘feito’ por excelência, o gesto arquetípico do Deus criador: a Criação do Mundo” (ELIADE, 1973, p. 75). Isso não quer dizer que há uma cópia ou imitação do mito da origem, porém toda criação supõe um mundo preexistente. Nesse sentido, “todo mito de origem conta e justifica uma ‘situação nova’ – nova no sentido de que não existia desde o início do Mundo. Os mitos de origem prolongam e completam o mito cosmogônico”.

Sob essa perspectiva, a entrevista poderia tratar de ambos os mitos: o mito da cosmogonia analogamente se aproximaria da formação do sujeito escritor, revelando, portanto, o processo a partir do qual o universo ficcional passa a existir. Por outro lado, há também uma espécie de mito da origem, quando o tema é a criação de elementos de determinadas obras já publicadas, dando continuidade à *cosmogonia do autor*:

No entanto, a curiosidade ronda essas coisas: como surgiu uma ideia, um nome, um rosto, um desenlace, como aquele personagem que já faz parte da própria interioridade adquiriu carnadura e impôs um destino à narrativa... Aqui também há motivos arquetípicos (o silêncio da noite, uma caminhada, um sonho, um encontro súbito, uma lembrança), embora os lugares da imaginação sejam, por definição, inesgotáveis (ARFUCH, 2010, p. 229).

Como *corpus*, no quarto capítulo desta tese, elencarei uma figura de proa, Chico Buarque, que aparecerá como sugere Andréia Delmaschio: “‘Chico Buarque’ aqui será nome comum, nome próprio, pseudônimo, nome de autor, cantor, compositor, músico, ator, jogador, duplo, personagem, *ghost writer*, cidadão comum, pessoa física, celebridade, meliante, *griffe* e mito” (DELMASCHIO, 2014, p. 19). Assim, no exame do cenário que se forma ao avizinhar suas obras e sua fortuna crítica, sem deixar de levar em consideração seu papel anterior de celebridade (anterior ao de romancista), é notável o conflito que se arma: de um lado, fãs, admiradores e entusiastas de seu romance; de outro, críticos ferrenhos que o acusam de se apoiar em sua fama como compositor para se lançar como escritor. Os mitos de Chico Buarque são múltiplos – e, exatamente por isso, nos interessam. Além disso, como autor, Chico Buarque se imiscuiu em sua própria obra, tornando-se tema de pesquisa entre os interessados nos temas das escritas de si e na relação entre autoria e escrita e vida e escrita. A leitura de seus romances, por sua vez, terá como foco tanto as formas de mito na narrativa quanto a observação do desenvolvimento de seus projetos gráficos – e o que eles nos dizem sobre certas *intenções* editoriais.

Dessas considerações iniciais – e também no meio desse percurso –, pode surgir a pergunta: qual a pertinência deste, entre tantos outros, estudo sobre autoria? Em menor

grau, isso se deve, pelo menos parcialmente, aos avanços nos sistemas mercadológicos e midiáticos. Já se tornou senso comum a informação de que a tecnologia avança de forma exponencial a cada ano. Isso quer dizer que um intervalo de sete anos representa um abismo em termos científicos. É o que acontece, por exemplo, com *O show do eu*, uma das referências para os interessados na relação entre o(s) sujeito(s) e o universo midiático – e também para esta tese. Não é incomum que os leitores dessa obra sintam um quê de datação em determinados momentos. Mas como isso é possível, se se trata justamente de uma análise do que há de mais atual na mídia? A resposta se encontra no ano de lançamento da obra: 2008 – isso sem contarmos que a obra é fruto de uma pesquisa de doutorado realizada entre os anos de 2003 e 2007. Para citar alguns exemplos, naquele contexto, as redes sociais do momento eram, no Brasil, o *Orkut* – que foi descontinuada em 2014<sup>5</sup> – e, nos Estados Unidos, o *MySpace* – que já foi a rede mais popular do mundo<sup>6</sup> e hoje é apenas o 1.998º *site* mais visitado e o 1.482º mais popular nos EUA<sup>7</sup>. Um leitor mais desavisado poderia se perguntar: E onde fica o *Facebook*, a maior rede social dos últimos anos, com suas estatísticas astronômicas? Apesar da breve notícia sobre a disputa entre *Google* e *Microsoft* para sua compra e o monitoramento de transações comerciais realizadas pelos usuários da rede – além de já alertar que ela “crescia mais rápido que todas as suas concorrentes” (SIBILIA, 2008, p. 21) – não deve causar espanto tal laconismo: no período em que o livro foi publicado, o *Facebook* estava ainda em expansão pelo mundo. Embora já computasse alguns milhões de usuários (e viria a atingir os primeiros 100 milhões em 2008), os acessos eram majoritariamente realizados nos EUA – e apenas em 2012 o *Facebook* se tornou a rede mais acessada no Brasil. No entanto, Paula Sibilía já apontava, com a argúcia que lhe é característica, o *Facebook* entre as tendências de práticas confessionais da internet: “Além dos blogs, são vários os atalhos disponíveis para atingir o hall da fama – e, graças a essa conquista, mergulhar na felicidade espetacular. Basta aproveitar a atual profusão de novos gêneros de exposição midiática pessoal: *reality shows*, *webcams*, YouTube, Orkut, FaceBook, fotologs, *talk shows*, Twitter, UpStream, SecondLife etc.” (SIBILIA, 2008, p. 249). Ainda assim, o cenário mudou bastante desde então.

<sup>5</sup> Sobre o encerramento das atividades do *Orkut*, cf. “O adeus do *Orkut*”. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2014/06/adeus-ao-orkut.html>>. Acesso em: 17 jun. 2015, 16h.

<sup>6</sup> “MySpace é a favorita em escala global: com mais de cem milhões de usuários em todo o planeta, cresce a um ritmo de trezentos mil membros por dia” (SIBILIA, 2008, p. 12).

<sup>7</sup> Dados extraídos do *site* de medições *Alexa Internet*. Disponível em: <<http://www.alexa.com/siteinfo/myspace.com>>. Acesso em: 17 jun. 2015, 16h27.

É importante, também, destacar as implicações do amplo domínio do *Facebook* na *internet* – incluindo as atuações constantes fora da rede (até mesmo em contextos geopolíticos distintos) – em um estudo sobre os discursos confessionais e a midiaticização do sujeito. Do mesmo modo, não é novidade a constatação de que a superexposição das vidas particulares tornou-se ainda maior dadas as características de interação do *Facebook*. Assim, por exemplo, para esta tese, a análise da atuação dos autores nessa rede será considerada, uma vez que ela se tornou nos últimos anos uma importante ferramenta de autopromoção.

Tais informações deixam claro que, por menor que seja o íterim entre a publicação de uma pesquisa que envolva instrumentos tecnológicos e a sua consulta por um interessado no tema, o risco de uma datação com relação à tecnologia analisada é iminente. Um exemplo desse processo se encontra nas obras referenciais para áreas como informática, cujos textos se tornam completamente obsoletos com extrema rapidez e em períodos muito curtos, restando ao livro o descarte ou o arquivamento. Assim, o fato de esta tese se propor a lançar os olhos para uma relação entre autor e mídia já a faz válida no sentido de atualizar a discussão para um contexto tecnológico de 2016<sup>8</sup>.

Outro ponto, ao meu ver, importante a se destacar é o fato de não haver – ou pelo menos não acessíveis via *internet* – trabalhos mais extensos versando sobre o tema do mito do autor. Veremos que a expressão não é rara em artigos ou mesmo em dissertações e teses, mas sempre tratada de modo lateral, sem a atenção que o assunto merece, ou seja, uma análise mais parcimoniosa sobre a noção de mito – e, claro, dos mitos na contemporaneidade – e como isso se associa à autoria, dando luz ao que chamamos de mito do autor.

Por fim, nunca é demais reforçar: concentrar os esforços em análises sobre temas como sujeito e autoria (em especial a autoria na contemporaneidade) não indica um gesto de egolatria. Pelo contrário, sabemos que compreender o estatuto do sujeito contemporâneo é compreender uma parte fundamental da sociedade – que, afinal, é formada por *sujeitos*. Não tenho dúvidas de que acompanhar os movimentos do autor, sobretudo a partir do século XX, nos dá a ver também os movimentos de diversas camadas e organizações sociais.

---

<sup>8</sup> E, fatalmente, dentro de algum tempo os aspectos tecnológicos desta tese também estarão obsoletos (afinal, o que substituirá o *Facebook*?). Espero, entretanto, que outros pontos teóricos de análise desta tese tenham uma vida mais longa.

Tendo em mente a relação direta entre constituição do sujeito e constituição da sociedade, algumas perguntas nortearão este trabalho: a) entre tantos mitos e heróis contemporâneos, que demanda da sociedade – e em favor de que ou de quem – transformou também o autor em mito? b) que mecanismos e estratégias produzem, multiplicam e mantêm o mito do autor? c) quais são os principais efeitos dessa mitificação? d) e, enfim, de que noção de mito e e) de que noção de autor estamos falando? As perguntas são muitas, o percurso é longo. Iniciemos, então, a caminhada.

# 1 O MITO DO AUTOR

## 1.1 MITO, MITOS

*Mito ou verdade? Verdade ou mito?*

Não é incomum nos depararmos com esse tipo de pergunta nas mais variadas situações de nossas vidas. A televisão, por exemplo, prolifera programas e quadros em suas programações que discutem, em diversos gêneros e formas, mitos do cotidiano – *elefantes têm boa memória? usamos apenas 10% de nosso cérebro? baratas sobreviveriam a uma guerra nuclear?* – para checar se são, em última palavra (e essa última palavra, na maioria das vezes, tende a ser a da ciência ou a de uma pseudociência), *verdadeiros ou falsos*. Nesses casos, não é preciso muito esforço para concluirmos que, com especial contribuição da mídia, costumeiramente o termo mito é interpretado como oposto ao sentido de verdade, tornando-se sinônimo de falso, mentiroso ou enganador.

Vejamos: *Ayrton Senna é um mito do esporte. B.B. King é um mito do blues. Silvio Santos é um mito da televisão brasileira.*

Tais assertivas também não produzem celeuma e são facilmente consideradas *verdadeiras*: as três ímpares celebridades acima são amplamente reconhecidas nos campos em que se consagraram – o esporte, a música e a telecomunicação –, atingindo um patamar de popularidade que faz com que as notícias associadas aos seus nomes se multipliquem de tal forma que deixam rastros no imaginário da população. As histórias das personalidades vistas como *mito* facilmente atingem proporções que fogem ao controle do supostamente factível e a repercussão popular de seus feitos coloca-as em um lugar que beira o sobre-humano. Elas deixam, portanto, de pertencer à esfera do cotidiano para alcançar uma posição de figura divina ou protodivina, ainda que não envolvam (mas podem envolver) algum aspecto religioso ou ritualístico.

Numa outra esteira, um exemplo da atuação da mídia para a manutenção dessa noção de “narrativa popular” é o programa *Os caçadores de mitos* (*MythBusters*, no original), da emissora *Discovery Channel*, cuja finalidade é testar “mitos urbanos” por meio de autoatribuídos métodos científicos empregados por dois especialistas em efeitos especiais, Adam Savage e Jamie Hyneman. O *show* alcançou um considerável sucesso, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos, sendo exibido desde o ano de 2003, com 14

temporadas até o momento. Em uma entrevista à revista *Época*, o apresentador Jamie Hyneman revelou sucintamente sua visão do que é um mito: “Há duas regras que seguram os mitos: não importa quão fantástico um mito seja, há sempre um pouco de verdade nele [...]”<sup>9</sup>. A ideia que predomina no programa é a de que o mito deve ser revelado como verdadeiro ou falso<sup>10</sup>. Nesse caso, o conceito se aproximaria mais ao de narrativa popular, muitas vezes pautada em algum evento histórico, que intenta explicar um fato da realidade ou fenômeno natural cuja fonte não é científica, não sendo, *a priori*, tomado como falso (e justamente por isso ele pode ser cientificamente *confirmado* no programa, ou seja, verdadeiro dentro do discurso da ciência).

Para além do âmbito da televisão, não é difícil localizar obras que tomem o termo mito a partir das noções acima mencionadas (ou de outras semelhantes). Numa rápida pesquisa por livrarias virtuais, encontramos títulos curiosos como: *O mundo à mesa: preceitos, mitos e tabus da gastronomia* (Chef Kumale, 2012); *Crônicas douradas: dramas, conquistas e mitos do esporte* (Lucio Humberto Saretta, 2010); *Os mitos da felicidade* (Sonja Lyubomirsky, 2013); *Uma maçã por dia: mitos e verdades sobre os alimentos que comemos* (Joe Schwarcz, 2008); *Não engula o chiclete!: mitos, meias verdades e mentiras descaradas sobre o corpo e a saúde* (Aaron Carroll e Rachel Vreeman, 2009); *Asma: superando mitos e medos* (Iara Nely Fiks, 2004); *Fatos e mitos sobre sua alimentação* (2006); *Fatos e mitos sobre sua saúde* (2011) e *Mais fatos e mitos sobre a sua saúde* (2009, todos de Fernando Lucchese); *Quebrando mitos com o dinheiro* (Roberto Navarro, 2014); *Ayrton Senna: a trajetória de um mito* (Lionel Froissart, 2014); *Kurt Cobain: a construção do mito* (Charles R. Cross, 2014), *Mandela: o homem, a história e o mito* (Elleke Boehmer, 2014). Em geral, notamos que predominam entre essas obras as noções de mito como sinônimo de mentira, de mito como narrativa não científica e de mito relacionado a celebridades alçadas a um posto de divindade.

As quatro situações elencadas anteriormente (os mitos do cotidiano nos programas televisivos, os mitos das celebridades nas revistas, os mitos urbanos do *show* da tevê a cabo e os mitos nos títulos dos livros) demonstram de modo cristalino que não é

---

<sup>9</sup> O trecho da entrevista foi retirado da matéria “Adam Savage, Jamie Hyneman - Estes malucos explodem mitos”, publicado na versão *online* da revista *Época*. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI53507-15223,00-ADAM+SAVAGE+JAMIE+HYNEMAN+ESTES+MALUCOS+EXPLODEM+MITOS.html>>. Acesso em: 31 jun. 2015, 03h19.

<sup>10</sup> A própria estrutura do programa encaminha o mito a ser testado para um veredito: verdadeiro/confirmado, falso/detonado ou plausível.

necessário estar na academia para lidar com essa palavra. Por mais que o pensamento comum associe mitologias ao passado (geralmente ao passado grego ou ao de sociedades primitivas), sabemos que os mitos estão abundantemente presentes na contemporaneidade. Isso demonstra que não apenas *se vive* o mito, mas também *se fala* do mito, ou seja, mais que constatar se há ainda mitos sendo criados e reproduzidos atualmente, pode-se mesmo dizer que eles fazem parte do dia a dia das sociedades modernas.

Ainda assim, são quase infindáveis as possibilidades de entendimento do que é mito. Quero crer que é justamente por ser um termo de ampla utilização – fazendo parte do repertório tanto de leigos quanto de acadêmicos – que se observam tão variadas definições para mito. Para Raphael Patai, sobre essa pluralidade de interpretações, a pergunta “o que é mito?”, que acompanha o pensamento filosófico ocidental (e, posteriormente, o antropológico, o psicanalítico e o linguístico, majoritariamente) há séculos, “atraiu a atenção de pessoas com interesses, orientações e preocupações variadíssimas, de modo que elas adotaram, inevitavelmente, enfoques díspares e apareceram com respostas diferentes” (PATAI, 1974, p. 19).

Mesmo que desejemos uma definição mais precisa do termo, não encontraremos uma resposta definitiva que represente de forma sintética o que significa mito em seus mais múltiplos contextos. Acrescente-se a isso o fato de que nem sempre são claras ou mesmo coerentes as definições dos pensadores que se dedicaram ao estudo teórico-analítico dos mitos (que diferem daqueles que se propuseram *registrar* os mitos). Portanto, por mais que tentemos resumir o assunto num equilíbrio entre abrangência de contextos e pluralidade de pontos de vistas, estaremos sempre limitando a abordagem aos propósitos da tese – o que já representa um recorte muito específico dentro da constelação de teorias disponíveis.

Tratarei, então, nas próximas páginas, de alguns dos diferentes vieses interpretativos sobre o tema – em especial o mito nas sociedades arcaicas, o mito na Grécia antiga e a relação da Psicanálise com os mitos – que mais frequentemente são mencionados nesse tipo de estudo, para, enfim, aportarmos na reflexão sobre mitos na contemporaneidade e, adiante, como isso pode se conectar aos atuais estudos sobre autoria.

### 1.1.1 Mito e sociedades arcaicas/primitivas

Dentre os nomes que são associados aos estudos dos mitos, não há dúvidas de que o de Mircea Eliade tenha alcançado um lugar especial. Seu *Mito e realidade* (1972) tornou-se um dos principais títulos para aqueles que se aventuram por esse tema – embora isso não garanta que suas propostas representem uma unanimidade entre os pesquisadores. Para Eliade, o pensamento de mito como sinônimo de “fábula”, “invenção”, “ficção”, mais característico do século XIX, contrasta com a perspectiva de mito como “tradição sagrada, revelação primordial, modelo exemplar”, corrente entre os eruditos ocidentais do século XX (ELIADE, 1973, p. 15).

Antes de chegar ao século passado do mundo ocidental, porém, Eliade lança um olhar para o mito nas sociedades arcaicas. Seu interesse não é abordar a forma como o mito se tornou um oposto da *verdade*. Pelo contrário, sua proposta de análise traça um recorte a partir do que foi chamado de “mito vivo”, “no sentido de que fornece os modelos para a conduta humana, conferindo, por isso mesmo, significação e valor à existência” (ELIADE, 1972, p. 17). Para além da importância de Eliade nos estudos desse tema, sua proposta gera um especial interesse para esta tese na medida em que tem como meta não “apenas elucidar uma etapa na história do pensamento humano, mas também compreender melhor uma categoria dos nossos contemporâneos” (ELIADE, 1972, p. 19) – ainda que, como veremos, esses contemporâneos de que fala o autor não sejam mais tão contemporâneos para o momento em que escrevo, o que sugere certo grau de datação de sua obra, que poderá ser facilmente contornado<sup>11</sup>. Válida também é sua iniciativa de estudar os mitos em seu contexto sócio-religioso original (além de, claro, reconhecer a impotência da busca de uma única definição que abranja os mais variados tipos e as mais variadas formas de mito dos mais distintos contextos, ressaltando que a complexidade do tema promove perspectivas múltiplas e complementares).

Eliade, então, ainda na parte inicial de seu estudo, assume a responsabilidade e o risco de tentar criar balizas para o mito, de modo que suas análises atendam a um conceito bastante específico:

A definição que a mim, pessoalmente, me parece a menos imperfeita, por ser a mais ampla, é a seguinte: o mito conta uma história sagrada; ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do “princípio”. Em outros termos, o mito narra como, graças às façanhas dos Entes Sobrenaturais, uma realidade passou a existir, seja uma realidade total, o Cosmo, ou apenas um fragmento: uma ilha, uma espécie vegetal, um

---

<sup>11</sup> Mesmo a abordagem desta tese se reveste de uma datação a ser considerada pelos futuros leitores.



comportamento humano, uma instituição. É sempre, portanto, a narrativa de uma “criação”: ele relata de que modo algo foi produzido e começou a ser. O mito fala apenas do que realmente ocorreu, do que se manifestou plenamente. Os personagens dos mitos são os Entes Sobrenaturais. Eles são conhecidos sobretudo pelo que fizeram no tempo prestigioso dos “primórdios”. Os mitos revelam, portanto, sua atividade criadora e desvendam a sacralidade (ou simplesmente a “sobrenaturalidade”) de suas obras. Em suma, os mitos descrevem as diversas, e algumas vezes dramáticas, irrupções do sagrado (ou do “sobrenatural”) no Mundo. É essa irrupção do sagrado que realmente fundamenta o Mundo e o converte no que é hoje. E mais: é em razão das intervenções dos Entes Sobrenaturais que o homem é o que é hoje, um ser mortal, sexuado e cultural (ELIADE, 1972, p. 20).

Nessa perspectiva, para Eliade, o mito constitui uma “história sagrada” e uma “história verdadeira” (que são diferentes de fábulas e contos, “histórias falsas”), uma vez que se refere a realidades, e sua principal função é “revelar os modelos exemplares de todos os ritos e atividades humanas significativas: tanto a alimentação ou o casamento, quanto o trabalho, a educação, a arte ou a sabedoria” (ELIADE, 1972, p. 35). Em síntese, Eliade aponta cinco características básicas do mito tal como é visto nas sociedades arcaicas: 1) o mito diz respeito à História dos atos dos Entes Sobrenaturais; 2) essa História é considerada verdadeira e sagrada; 3) o mito se refere a uma criação, ou seja, ao modo como algo passou a existir; 4) por meio do conhecimento do mito se chega à “origem” das coisas, o que permite o domínio e a manipulação dessas mesmas coisas, sendo um conhecimento “vivido” e não exterior ou abstrato; 5) “vive-se o mito”, pois se é envolvido pelo poder sagrado dos eventos que são rememorados ou reatualizados (ELIADE, 1972, p. 36).

A partir de tais características, nota-se que a relação com a vivência da sociedade é fundamental para o mito. Tal noção enxerga uma implicação direta do mito com a forma como as pessoas lidam com suas atividades – mesmo que ordinárias e cotidianas –, sem perder de vista esses modelos exemplares. Grande parte da relação do mito com a vivência se dá pela revelação das origens, cuja história é exemplar e tem considerável poder significativo.

No trabalho de Mircea Eliade há uma distinção muito clara entre mitos de origem e mitos cosmogônicos. Para o autor, este precede àquele, tornando-se um modelo exemplar de criação, tendo em vista que os mitos de origem pressupõem um Mundo preexistente<sup>12</sup>. Os mitos cosmogônicos muitas vezes podem estar atrelados aos mitos de renovação, nos quais a cosmogonia se repete, sendo aceita a ideia de destruições e

---

<sup>12</sup> Deixarei, entretanto, a discussão mais detalhada sobre esses tipos de mito para o terceiro capítulo, no qual alguns aspectos específicos da autoria contemporânea serão analisados.

recriações que vão além do âmbito ritualístico (com frequência associado às colheitas) e são tomados como verdades.

Em muitos momentos Eliade conecta seu entendimento sobre os mitos nas sociedades arcaicas com facetas da sociedade contemporânea – e mais uma vez reforço que se trata de um texto de 1972, sendo assim, tal contemporaneidade confere certa datação ao trabalho nesses pontos específicos, em especial quando trata os mitos e suas relações com os campos artísticos, como explicitarei mais à frente. Uma das facetas a que se refere Eliade é a busca desse elemento mítico primordial no próprio humano, constituído na primeira infância. Nessa oportunidade, seu estudo aponta para a abordagem dada aos mitos pela Psicanálise e pela Psicologia Analítica; num primeiro momento por Freud e, depois, com maior empenho, por Jung.

Não é necessária uma análise muito demorada dos textos de Freud para notar que os mitos, em especial os antigos, são elementos recorrentes em sua proposta de teoria psicanalítica. Em geral, eles são lidos a partir de uma chave para constatações a respeito dos desejos, das pulsões (lembramos, por exemplo, do mais citado que compreendido Complexo de Édipo), simbolizando processos da psique humana, bem como atuando como modelos de subjetivação. Porém, é com Carl Gustav Jung que *mito* e *psique* se entrelaçam mais fortemente. As imagens mitológicas, para Jung, constituem traços essenciais da psique humana desde tempos imemoriais, sendo percebidas no homem primitivo, no homem antigo e no homem moderno. Para Jung, a psique do homem conserva rastros de etapas anteriores do desenvolvimento humano, caracterizando o que veio a ser chamado de inconsciente coletivo<sup>13</sup>, de onde derivam símbolos, arquétipos<sup>14</sup> e mitos. O mito, portanto, segundo o viés de Jung, permite, como um recurso simbólico, o acesso a uma psique mais profunda – no caso, o inconsciente coletivo. O pensamento de Jung influenciou sobremaneira as ideias de Joseph Campbell, cuja noção de mito conflui para o Mito do Herói, ou monomito, que se baseia na fórmula dos ritos de passagem, “separação-iniciação-retorno” (CAMPBELL, 1949, p. 45).

---

<sup>13</sup> “O inconsciente coletivo é uma parte da psique que pode distinguir-se de um inconsciente pessoal pelo fato de que não deve sua existência à experiência pessoal, não sendo portanto uma aquisição pessoal. Enquanto o inconsciente pessoal é constituído essencialmente de conteúdos que já foram conscientes e no entanto desapareceram da consciência por terem sido esquecidos ou reprimidos, os conteúdos do inconsciente coletivo nunca estiveram na consciência e portanto não foram adquiridos individualmente, mas devem sua existência apenas à hereditariedade. Enquanto o inconsciente pessoal consiste em sua maior parte de *complexos*, o conteúdo do inconsciente coletivo é constituído essencialmente de *arquétipos*” (JUNG, 2002, p. 87).

<sup>14</sup> “O conceito de arquétipo, que constitui um correlato indispensável da idéia do inconsciente coletivo, indica a existência de determinadas formas na psique, que estão presentes em todo tempo e em todo lugar” (JUNG, 2002, p. 87).

Outro nome bastante conhecido quando se fala de mito é o de Claude Lévi-Strauss. Por sua dimensão entre os estudiosos sobre o assunto, a obra de Lévi-Strauss pesa por si só na construção de uma tese, particularmente quando se trata das sociedades “primitivas” – as aspas são um desejo do autor, que salientou em diversas ocasiões a necessidade de não considerar tais organizações sociais como inferiores ao mundo moderno civilizado, sem que, com isso, as diferenças devam ser eliminadas. Apesar de não revolucionar a definição de mito – não se afastando, portanto, do proposto por Eliade –, Lévi-Strauss ofereceu importantes contribuições na forma de *pensar o/pensar com o mito*.

Uma dessas contribuições é a tentativa de demonstrar que *mito* e *ciência* não se encontram tão distantes no pensamento humano como se supunha. Não se trata, obviamente, de igualar os dois termos, mas demonstrar que a ciência “se encontra não só preparada para explicar a sua própria validade como também o que, em certa medida, é válido no pensamento mitológico” (LÉVI-STRAUSS, 1987, p. 23). Nessa perspectiva, o pensamento mitológico utilizaria várias e diversas imagens para despenhar o pensamento conceitual – e, desse modo, aquilo que pode parecer sem lógica nos mitos, na verdade, frequentemente pode ter uma explicação científica de acordo com o pensamento moderno.

Em sua famosa tetralogia *Mitológicas* – que se compõe de *O cru e o cozido* (1964), *Do mel às cinzas* (1967), *Origens das maneiras à mesa* (1968) e *O homem nu* (1973) –, Lévi-Strauss reúne o expressivo número de 813 mitos. Ao mergulhar no que chamou de “ciência dos mitos”, o autor pôs em prática sua análise estrutural, agrupando-os para demonstrar estruturas comuns em narrativas aparentemente distintas, nascidas em sociedades de pontos geográficos distantes (como nas Américas do Sul e do Norte). Ao mesmo tempo, os mitos parecem conversar entre si, criando um sistema de relações que os une em propriedades comuns que, para o autor, revelam que a estrutura mental humana é a mesma, independentemente de fatores sociais, étnicos, culturais ou geográficos. Assim, Lévi-Strauss julga que “a Mitologia é estática: encontramos os mesmos elementos mitológicos combinados de infinitas maneiras, mas num sistema fechado, contrapondo-se à História, que, evidentemente, é um sistema aberto” (LÉVI-STRAUSS, 1987, p. 47).

### 1.1.2 Mito e Grécia

Realizar um percurso histórico acerca das formas de interpretação do mito ao longo dos milênios seria uma tarefa tão árdua quanto pouco original, uma vez que

remontaríamos pelo menos ao século VI a.C., quando os mitos eram interpretados como personificação dos fenômenos naturais ou dos elementos da natureza (PATAI, 1974, p. 20). Apenas posteriormente, com Heródoto, no século V a.C., os mitos foram analisados como narração.

Nesse contexto, a relação entre *logos* (λόγος) e *mythos* (μῦθος) na Antiguidade grega tem despertado muito interesse (além de divergências) entre pesquisadores do tema. Para Eliade,

os gregos foram despojando progressivamente o *mythos* de todo valor religioso e metafísico. Em contraposição ao *logos*; assim como, posteriormente, a história, o *mythos* acabou por denotar tudo “o que não pode existir realmente”. O judeu-cristianismo, por sua vez, relegou para o campo da “falsidade” ou “ilusão” tudo o que não fosse justificado ou validado por um dos dois Testamentos (ELIADE, 1972, p. 8).

Não me parece, entretanto, que a questão possa ser reduzida dessa maneira, i.e., como um corte brusco de passagem do *mythos* ao *logos*, que eram dois tipos de discurso na Grécia antiga. O grande desafio entre os estudiosos tem sido, então, compreender se há correspondência entre *mythos* e *logos* ou se são de fato termos excludentes. Para Jean-Pierre Vernant, por exemplo, em seu *As origens do pensamento grego* (2002), a razão grega (com o desenvolvimento do pensamento político e filosófico) só pôde se desenvolver a partir do fim da civilização micênica<sup>15</sup>, na qual a religião e a mitologia estavam profundamente arraigadas:

O desaparecimento do Rei pôde desde então preparar, ao termo do longo, do sombrio período de isolamento e de reconsideração dos fatos que se chama a Idade Média grega, uma dupla e solidária inovação: a instituição da Cidade, o nascimento de um pensamento racional (VERNANT, 2002, p. 10).

Essa transição, no século XII a.C., promoveu mudanças profundas na constituição desse povo, quando, “no lugar das antigas cosmogonias associadas a rituais reais e mitos de soberania, um pensamento novo procura estabelecer a ordem do mundo em relações de simetria, de equilíbrio, de igualdade entre os diversos elementos que compõem o cosmos” (VERNANT, 2002, p. 11), sendo substituída a onipotência do Rei pelo debate político na ágora<sup>16</sup>, um espaço público em que circulavam pessoas e ideias e onde se

<sup>15</sup> A civilização micênica se desenvolveu a partir de 2000 a.C. na região onde posteriormente se localizou a Pólis grega. Para mais informações, cf. os capítulos “Quadro histórico” e “A realeza micênica” de *As origens do pensamento grego* (VERNANT, 2002, p. 13-39).

<sup>16</sup> Espaço livre no qual ocorriam assembleias ou reuniões (daí o termo *ἀγορά*), bem como debates públicos em geral. Também nesse local ocorriam feiras e comércio, constituindo-se como principal espaço público, cultural e político da Grécia. Cf. “Urban landscape and architecture”, de Robin Osborne (*The Oxford Handbook of Hellenic Studies*, p. 238-247).

desenvolvia comércio. É nesse espaço também que, para Vernant, o *mythos* vai sendo suplantado pelo *logos*, quando a palavra poética (Homero e Hesíodo) dá lugar ao discurso lógico e demonstrativo (Platão e Aristóteles).

É relevante destacar, entretanto, que o mito não desapareceu na sociedade grega. Jan N. Bremmer, em seu capítulo “Myth, Mythology, and Mythography” do *The Oxford Handbook of Hellenic Studies* (2009), lembra que os mitos estavam bastante enraizados na vida grega para desaparecer completamente, sendo uma fonte indispensável para a literatura e para orientações de vida até a ascensão do cristianismo, tendo os meios intelectuais e filosóficos como principais formas de preservar seu conteúdo<sup>17</sup> (BREMMER, 2009, p. 684). Além disso, o conhecimento dos mitos era essencial para uma pessoa ser considerada educada ou para um aspirante a poeta (BREMMER, 2009, p. 685). Bremmer também ressalta que, por mais que Platão tenha removido o poeta da posição proeminente na discussão de problemas filosóficos, o termo *mythologia* aparece em sua obra oito vezes e *mythologema* duas, ou seja, ele não rejeitou completamente o mito, mas recorria ao discurso mítico quando queria discutir temas difíceis como a alma e o passado mitológico<sup>18</sup> (BREMMER, 2009, p. 684).

Pensando na reflexão sobre o papel do mito na Grécia antiga, Paul Veyne (1984) lança, desde o título de sua obra, uma importante e instigante questão: *Acreditavam os gregos em seus mitos?* Todavia, ele já nos adianta: “A resposta não é fácil, pois ‘acreditar’ quer dizer tantas coisas...” (VEYNE, 1984, p. 11). De fato, tal pergunta perpassará as “modalidades de crenças” e, conseqüentemente, a(s) noção(ões) de Verdade(s) – ou, conforme denomina Veyne, os programas de verdade. Há pouco se falou sobre a relação entre mito e razão com o surgimento da cidade no mundo grego. Porém, anteriormente à ascensão do pensamento racional, a própria representação da verdade pelo homem grego chama à atenção. Nesse caso, cabe aqui um pequeno excursus sobre a noção de verdade no mundo grego arcaico. Marcel Detienne, em *Os mestres da verdade na Grécia arcaica* (1988), propõe-se a perscrutar o tema:

---

<sup>17</sup> “Evidently, myth had been too entrenched in Greek life to disappear completely, and as source for literature and orientation for life it would remain indispensable until the rise of Christianity – even if in intellectual and philosophical circles allegory had become the main means to salvage its content” (BREMMER, 2009, p. 684).

<sup>18</sup> “Given the frequent, if usually polemical, opposition of *muthos* and *logos*, ‘myth’ and ‘reason’, we cannot fail to note that Plato is the first in whose word we find the terms *muthologia* (eight times) and *muthologema* (twice) – the frequency of which shows that he seems to have been rather fond of these terms. Yet we should not assume that Plato completely rejected myth. He still used mythical discourse when he wanted to talk about such difficult subjects as the soul and the mythical past. But, and significantly, Plato wanted to remove the poets from their proeminent position when discussing philosophical problems” (BREMMER, 2009, p. 684).

De fato, quando a reflexão filosófica descobre o objeto próprio de sua busca, quando se desarticula do fundo do pensamento mítico, onde a cosmologia jônica ainda encontra suas raízes, quando se lança deliberadamente aos problemas que não mais deixarão de atrair sua atenção, ela organiza um campo conceitual em torno de uma noção central que definirá, a partir de então, um aspecto da primeira filosofia como tipo de pensamento e do primeiro filósofo como tipo de homem: *Alétheia* ou a “Verdade” (p. 13).

Não obstante a ideia de Verdade grega difira da concepção atual (de viés científico), Detienne tenta demonstrar a pré-história da *Alétheia* por meio de três figuras que dominavam seu sentido no período pré-racional: o poeta, o adivinho e o rei de justiça. Destes, é conveniente delinear comentários sobre o primeiro. Para Detienne, o poeta, sendo um “funcionário da soberania ou louvador da nobreza guerreira” – uma vez que, inspirado<sup>19</sup> pelas Musas<sup>20</sup>, filhas de *Mnemosýne* (Memória<sup>21</sup>), exaltaria uma nobreza ávida por louvores, não deixando que os feitos dos guerreiros e dos nobres caíssem no esquecimento –, é um “Mestre da Verdade”:

Sua “Verdade” é uma “Verdade” assertórica: ninguém a contesta, ninguém a contradiz. “Verdade” fundamental, diferente de nossa concepção tradicional, *Alétheia* não é a concordância da preposição e de seu objeto, nem a concordância de um juízo com os outros juízos; ela não se opõe à “mentira”; não há o “verdadeiro” frente ao “falso” (DETIENNE, 1988, p. 23).

Detienne, então, vê a *Alétheia* como “um testemunho capital na mutação de um pensamento mítico em um pensamento racional” (1988, p. 73) – para recobramos o momento de decadência da civilização micênica e o surgimento da cidade grega – e, com relação a isso, ambos os tipos de pensamento têm algumas afinidades. Tanto em um quanto em outro momento, o domínio da “verdade” era privilégio de determinados tipos de homem: se na Grécia arcaica os poetas, os adivinhos e os reis de justiça se posicionam como “Mestres da Verdade”; posteriormente, o filósofo passa a ocupar esse espaço,

<sup>19</sup> “Assim falaram as virgens do grande Zeus verídicas, / por cetro deram-me um ramo, a um loureiro viçoso / colhendo-o admirável, e inspiraram-me um canto / divino para que eu glorie o futuro e o passado, / impeliram-me a hinear o ser dos venturosos sempre vivos/ e a elas primeiro e por último sempre cantar” (*Teogonia*, 1: 30-36). Aliás, sobre Hesíodo, Detienne ressalta que seria “o único e último testemunho de uma palavra cantada, consagrada ao louvor do personagem real, em uma sociedade centrada na soberania, tal como nos parece oferecer o exemplo a civilização micênica” (DETIENNE, 1988, p. 18).

<sup>20</sup> “Eia! pelas Musas comecemos, elas a Zeus pai / hineando alegram o grande espírito no Olimpo / dizendo o presente, o futuro e o passado / vozes aliando. Infatigável flui o som / das bocas, suave. Brilha o palácio do pai / Zeus troante quando a voz líria das Deusas / espalha-se, ecoa a cabeça do Olimpo nevado / e o palácio dos imortais. Lançando voz imperecível / o ser venerando dos Deuses primeiro gloriam no canto / dêo o começo: os que a Terra e o Céu amplo geraram / e os deles nascidos Deuses doadores de bens, / depois Zeus pai dos Deuses e dos homens, / no começo e fim do canto hineiam as Deusas / o mais forte dos Deuses e o maior em poder, / e ainda o ser de homens e de poderosos Gigantes. / Hineando alegram o espírito de Zeus no Olimpo / Musas olímpidas, virgens de Zeus porta-égide” (*Teogonia*, 1: 38-54).

<sup>21</sup> “[Zeus] Amou ainda Memória de belos cabelos, / dela nasceram as Musas de áureos bandôs, / nove, a quem aprazem festas e o prazer da canção” (*Teogonia*, 13: 35-38).

pretendendo atingir e revelar uma determinada “verdade” – ainda que de base racional, e não mítica.

Nessa mesma direção, Paul Veyne concorda que “[...] o mito e o *logos*, apesar de Nestle<sup>22</sup>, não se opõem como o erro à verdade. O mito era um motivo de reflexões sérias e os gregos ainda não tinham acabado com ele, seis séculos depois do movimento dos sofistas do qual se diz ter sido sua *Aufklärung*<sup>23</sup>” (VEYNE, 1984, p. 11). Para Veyne, é necessário também pensar a relação dos mitos com a história – e a forma dos gregos de escrever a história é, sem dúvida, diferente da nossa. O historiador grego não estava preocupado em mencionar suas fontes, ou mesmo em distinguir as informações advindas de fontes primárias ou secundárias – sua intenção era que se acreditasse em sua palavra. Dessa maneira, era muito comum que os historiadores recopiassem uns aos outros, pois a informação transmitida pelo antecessor era considerada uma tradição, e eles não reconstruíam essa tradição, mas apenas poderiam melhorá-la.

Veyne, por exemplo, menciona os casos de Tito Lívio e Dionísio de Halicarnasso, que registraram, sem o questionamento da veracidade dos fatos, quatro séculos da história primitiva de Roma, limitando-se a suprimir o que lhes parecia falso ou inverossímil/fabuloso, uma vez que havia a pressuposição de que suas fontes falavam a verdade, isto é, “o historiador antigo primeiro acredita e só duvida dos detalhes nos quais não pode mais acreditar” (VEYNE, 1984, p. 19). Ainda que fossem encontrados erros nos antecessores, estes erros eram retificados, corrigidos, não reconstruídos. Essa autoridade dada ao historiador entra na roda do que Veyne chamou de “programa de verdade”, uma vez que a história grega nasceu da investigação (i.e., o que o historiador viu, constatou ou do que foi informado), e não da controvérsia (como na história moderna, que oferece ao leitor maneiras de verificar a informação).

Jeanne Marie Gagnebin nos lembra de que a palavra *historiè* não é um sinônimo da história moderna como gênero científico. O termo grego “tem, nesta época e neste contexto, uma significação muito mais ampla: ela remete à palavra *histôr*, “aquele que viu, testemunhou” (GAGNEBIN, 2005, p. 14). O próprio Heródoto, aliás, comumente não usa a palavra *história*, e sim *logos*. Dada, portanto, essa característica relacionada à narrativa histórica com base em testemunhas, o recuo cronológico não pode ser tão distante, uma vez que em determinado momento se depararia com algo não visto ou não relatado. Isso nos indica que tal restrição também delimita o discurso histórico “em

---

<sup>22</sup> A referência é ao filósofo alemão Wilhelm Nestle.

<sup>23</sup> Iluminismo ou Esclarecimento.

relação ao discurso mítico, que fala de um tempo longínquo, de um tempo das origens, tempo dos deuses e dos heróis, do qual só as musas podem nos fazer lembrar, pois, sem elas, não podemos saber (*idein*) daquilo que não vimos” (GAGNEBIN, 2005, p. 15). O papel do poeta arcaico, nesse viés, conforme vimos com Detienne, é retomado por Heródoto: “contar os acontecimentos passados, conservar a memória, resgatar o passado, lutar contra o esquecimento” (GAGNEBIN, 2005, p. 15). Assim, nesse período, o tempo distinguiria dois tipos de narrativa: a mítica, cuja cronologia não é atingível, e a histórica, à qual o historiador teria acesso por meio da pesquisa e da observação.

Além disso, Paul Veyne acrescenta que, “antes de tomar a atitude crítica que reduz o mito ao verrímil, a atitude do grego médio era diferente: conforme seu humor, considerava a mitologia como contos de mulher velha crédula ou então conservava, perante o maravilhoso longínquo, uma atitude tal que a questão da historicidade ou da ficção não tinha sentido” (VEYNE, 1984, p. 25). Já a atitude crítica, como demonstraram Pausânias, Aristóteles e Heródoto, por exemplo, enxergava no mito “uma tradição oral, uma fonte histórica, que é necessário criticar” (VEYNE, 1984, p. 23). Segundo essa interpretação, Pausânias notava a transmissão de um núcleo autêntico, envolto em lendas, na tradição mítica. Nesse caso, caímos no paradoxo: se encaramos os mitos como transmissão de um núcleo de verdade, acreditaremos, como lembra Veyne, na guerra de Troia. Porém, se apenas os vemos como ficções, “interpretaremos diversamente os dados demasiadamente equívocos das escavações arqueológicas” (VEYNE, 1984, p. 26). E aí mais uma vez a pergunta retorna: o que é o mito? E Veyne acrescenta: é a história alterada? A história aumentada? É Alegoria? Novamente o problema da verdade se coloca.

Com relação a isso, não se acreditava nos mitos gregos como se acreditava na realidade palpável. Os mitos se passavam num “antes”, no período de gerações heroicas, quando os deuses ainda andavam entre os humanos. Pertencendo, então, a uma outra espécie de mundo, o mundo mítico fazia parte de um outro regime de crença, diferente do da história. Sob essa perspectiva, Veyne destaca que a noção de verdade só pode ser pensada no plural:

Einstein é verdadeiro, para nós num certo programa de verdade, o da física dedutiva e quantificada; mas se acreditarmos na *Iliada*, ela não será menos verdadeira, no seu programa de verdade mítica. E *Alice no país das maravilhas* igualmente. Pois, ainda que consideremos Alice ou Racine como ficções, acreditamos nelas enquanto as lemos, ou choramos na nossa poltrona do teatro (VEYNE, 1984, p. 33).



Conforme esse pensamento, o mito consistia, então, em repetir o que se dizia sobre heróis e deuses – e essa informação poderia ser comunicada pelas Musas, o que conferia ao detentor de um determinado tipo de palavra o poder da Verdade, para lembrarmos a análise de Marcel Detienne em *Os mestres da verdade na Grécia arcaica*. Tal crença na verdade dependia da fé em outrem, assim como se mantém em nossos dias – embora, nesse caso, Paul Veyne deixe de lado o uso da má-fé:

A modalidade de crença mais difundida é aquela em que se acredita sobre a fé de outrem; acredito na existência de Tóquio, onde ainda não fui, porque não vejo qual seria o interesse dos geógrafos e das agências de viagens em me enganar. Esta modalidade pode durar enquanto o crente confiar nos profissionais ou enquanto não existirem profissionais que façam a lei nessa matéria. Os ocidentais, ao menos os que dentre eles não são bacteriologistas, acreditam nos micróbios e multiplicam as precauções de assepsia pela mesma razão que os azandé acreditam nas bruxas e multiplicam as precauções mágicas contra elas: acreditam com toda segurança. Para os contemporâneos de Píndaro ou de Homero, a verdade se definia ou a partir da experiência cotidiana, ou a partir do locutor, que é sincero ou falsário: afirmações que ficavam fora da experiência não eram nem verdadeiras nem falsas; mas também não eram mentirosas, pois a mentira não existe quando o mentiroso nada ganha com isso e não nos faz dano algum: uma mentira desinteressada não é um engano. O mito era um *tertium quid*, nem verdadeiro nem falso. Einstein seria isso para nós se sua verdade não viesse de uma terceira fonte, a da autoridade dos profissionais (VEYNE, 1984, p. 39).

O movimento do mito em direção à história, segundo Veyne, é o seguinte: transformar os heróis em simples homens nas gerações a partir da guerra de Troia e eliminar a intervenção visível dos deuses. Isso ocorre porque, ainda de acordo com Paul Veyne, do século V a.C. ao IV d.C., não se duvidou da historicidade de Enéias, Teseu, Rômulo e Aquiles, entre outros, uma vez que se supõe mais simples acreditar na existência de humanos do que na realidade de deuses – o comum, portanto, era acreditar que existiam reis no passado, não monstros, já que estes também não existiam naquela sociedade, isto é, supunha-se que o passado era semelhante ao presente. Assim, a crítica aos mitos consistia não em demonstrar a sua falsidade, mas em encontrar o seu fundo de verdade, uma vez que ela foi encoberta de mentiras, ou seja, para os gregos, “no fundo, os mitos são autênticas tradições históricas; pois como seria possível falar daquilo que não existe?” (VEYNE, 1984, p. 71). Isso quer dizer que, para os gregos – ao menos nesse determinado período –, apesar dos elementos maravilhosos, a tradição mítica é verdadeira. Considerando esse fundo de verdade dos mitos, Veyne ressalta que, “para o filósofo, o mito era, portanto, uma alegoria das verdades filosóficas; para os historiadores, era uma ligeira deformação das verdades históricas” (VEYNE, 1984, p. 78).

Há um grande valor nessas análises de Paul Veyne ao alocar o mito dentro da noção de programas de verdade, livrando-o de uma distinção simplória e redutora entre verdade e mentira. Sobre o fato de os gregos acreditarem nos mitos, o autor também lembra que “acredita-se nas religiões, em *Madame Bovary*, enquanto se lê o romance, em Einstein, em Fustel de Coulanges, na origem troiana dos francos; no entanto, em certas sociedades, algumas dessas obras são consideradas como sendo ficções” (VEYNE, 1984, p. 133) – isto é, a crença ou a descrença está associada a distintos programas de verdade em variados momentos históricos, e as variações desses programas de verdade são explicitadas a partir da reflexão histórica.

Tudo isso reforça o pensamento, já expresso anteriormente, de que não houve exatamente uma *substituição* do *mythos* pelo *logos* – e tampouco que eram elementos excludentes. Podemos mesmo dizer que ambos portariam uma Verdade, a *Alétheia* – ou, ainda, nos termos de Veyne, pertenceriam a programas heterogêneos de verdade –, oferecendo aos gregos formas distintas de pensar o seu passado histórico e mítico.

Tal constatação torna-se importante para a consciência de que *os mitos não morreram no passado*. Sequer o homem moderno, com suas revoluções científicas e tecnológicas e um pensamento filosófico racional, abandonou por completo os mitos. Ou seja, a premissa também é válida para os nossos dias: mito e razão não se excluem. Veremos que, na verdade, elementos mitológicos se fazem muito mais presentes em nossa sociedade do que normalmente se supõe – e que, sim, também acreditamos em nossos mitos.

### 1.1.3 Mito e contemporaneidade

Não são raras – pelo contrário – as excursões dos teóricos dos mitos na contemporaneidade, assim como também não é rara, como já disse, a presença do termo na rotina da sociedade moderna. De fato, mito é uma palavra cotidiana. Porém, mais que a análise do *uso* do vocábulo e de seus possíveis sentidos para o senso comum, também é necessário observar como eles ainda sobrevivem “camuflados”, para usar uma expressão cara a Mircea Eliade.

O exemplo mais evidente da presença dos mitos contemporaneamente se mostra, não há como negar, por meio da religião, uma vez que os discursos religiosos se apoiam com frequência em elementos míticos, além de ser muito comum entre os teóricos (em especial os que se dedicam às sociedades arcaicas) associar o aspecto religioso à definição

de mito. Eliade, por outro lado, fala de “comportamentos míticos” que ainda sobrevivem, embora faça uma importante ressalva: “Não que se trate de ‘sobrevivências’ de uma mentalidade arcaica. Mas alguns aspectos e funções do pensamento mítico são constituintes do ser humano” (ELIADE, 1972, p. 78). Em geral, sua abordagem associa esse resquício de “comportamento mítico” a uma determinada prática religiosa<sup>24</sup>, embora a noção de “origem”, de relação com um tempo passado (tempo mítico, primordial), ainda prevaleça. Esse viés religioso, por exemplo, pode ser associado até mesmo a um “culto ao automóvel sagrado”, conforme pontua o autor, quando, numa exposição em um salão do automóvel, toda a apresentação do objeto se assemelha a um ritual religioso, com pompa, esplendor e reverência dos adoradores.

Tal comportamento mítico observado por Eliade na obsessão pelo sucesso também pode ser repercutido no que ele chamou de “mitos da elite”, ligados à criação artística e sua repercussão cultural e social. Talvez pela datação do texto ou por se tratar de um contexto muito distinto do cenário artístico brasileiro do século XXI, Eliade menciona que esse mito não se restringe à elite devido “ao complexo de inferioridade do público e círculos artísticos oficiais” (ELIADE, 1972, p. 92). E prossegue:

É possível que, nunca antes na história, o artista tenha estado tão certo como hoje de que, quanto mais audacioso, iconoclasta, absurdo e inacessível ele for, tanto mais será reconhecido, louvado, mimado, idolatrado. Em alguns países, produziu-se um academismo ao inverso, o academismo da “avant-garde”, a ponto de qualquer experiência artística que não faça concessões a esse novo conformismo arriscar-se a ser sufocada ou a passar despercebida.

São conclusões arriscadas do ponto de vista do autor e de onde ele fala – e sobre as quais é prudente não nos determos longamente. Para Eliade, esse universo produz um sentimento de “iniciação”, promovendo um “culto da originalidade extravagante”. As elites, portanto, encontrariam na ininteligibilidade de determinadas obras um mundo quase particular no qual se requer uma iniciação.

Eliade também dá destaque aos mitos produzidos pelos *mass media* – em especial os heróis das histórias em quadrinhos, considerando-os uma versão moderna dos heróis mitológicos. Esses heróis se tornam o ideal de uma grande parte da sociedade, causando comoção entre os leitores. Para o autor, o mito do Superman, por exemplo, reacende o desejo do homem moderno de, vendo-se decaído e limitado, um dia revelar-se também um herói, um personagem excepcional. Raphael Patai vai além e diz que “a identificação

---

<sup>24</sup> Para lembrarmos sua definição-base para o estudo dos mitos, mencionada anteriormente: “o mito conta uma história sagrada; ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do ‘princípio’” (ELIADE, 1972, p. 20).

com os modernos imortais da televisão, das histórias em quadrinhos, do cinema e das histórias seriadas compensa a insignificância e a banalidade de uma existência enfadonha, da qual, na verdade, somente um em mil consegue escapar” (PATAI, 1974, p. 194).

O mesmo autor dá um passo a mais e confere o título de “protótipo do novo mundo mítico” ao conhecido personagem Mickey Mouse, de Walt Disney – embora devamos também ressaltar a datação na análise da mídia na obra desse autor, uma vez que se trata de um texto originalmente publicado em 1972 –, chegando a aproximá-lo dos mitos de Hércules/Héracles: “Tanto as doze histórias dos feitos herculanos quanto as mil e tantas histórias das aventuras de Mickey evocam em nós a mesma resposta, porque a identificação com o personagem nos dá prazer, confiança renovada e satisfação emocional” (PATAI, 1974, p. 204). Para Patai, assim como em um determinado período os gregos acreditaram em seus mitos, a criança, em um momento de sua primeira infância, também pode crer no mito de Mickey, embora o mesmo não ocorra com um adulto. A ressalva, porém, vai para os seriados de televisão (e eu acrescentaria também os filmes), onde nem sempre a natureza fictícia do herói é reconhecida pelo público, o que leva os espectadores muitas vezes a associarem o ator em sua vida fora das telas ao personagem interpretado.

Eliade, por sua vez, também destaca o papel do romance moderno em atrair o desejo do leitor por histórias mitológicas, demonstrando a sobrevivência literária de grandes temas e personagens das histórias míticas. Contudo, outro fator pede atenção: o romance também revela no homem o mesmo desejo de penetrar “universos desconhecidos”, bem como de acompanhar as peripécias de uma história. Além disso, Eliade enxerga que a literatura se aproxima das mitologias através de uma espécie de “saída do tempo” produzida por meio da leitura – em especial a leitura de romances. Nessa penetração em um tempo estranho, outro, imaginário, pode-se revelar, de acordo com Eliade, uma espécie de “comportamento mitológico”:

De modo ainda mais intenso que nas outras artes, sentimos na literatura uma revolta contra o tempo histórico, o desejo de atingir outros ritmos temporais além daquele em que somos obrigados a viver e a trabalhar. Perguntamo-nos se esse anseio de transcender o nosso próprio tempo, pessoal e histórico, e de mergulhar num tempo “estranho”, seja ele extático ou imaginário, será jamais extirpado. Enquanto subsistir esse anseio, pode-se dizer que o homem moderno ainda conserva pelo menos alguns resíduos de um “comportamento mitológico”. Os traços de tal comportamento mitológico revelam-se igualmente no desejo de reencontrar a intensidade com que se viveu, ou conheceu, uma coisa pela primeira vez; de recuperar o passado longínquo, a época beatífica do “princípio” (ELIADE, 1972, p. 103).

A partir dos exemplos arrolados ao longo deste capítulo, nota-se que o elemento religioso não é determinante (embora muito comum) para a existência dos mitos, por mais que muitos estudiosos sustentem a característica de religiosidade em suas definições do tema. Tampouco a palavra “tradicional” deve ser obrigatória nas análises dos mitos, pois, conforme destaca Raphael Patai, “ao firmar-se, torna-se rapidamente tradicional, servindo de exemplo para ser emulado, de precedente para ser repetido e, por conseguinte, reafirmado” (PATAI, 1974, p. 14). Porém, duas palavras me parecem exercer poderosa influência nas análises dos mitos: verdade e crença. De fato, outros questionamentos chegam a se tornar mais recorrentes do que “O que é mito?”: acredita-se nos mitos? Eles são verdadeiros (ou têm algo de verdade)?

## 1.2 O AUTOR COMO MITO

Para os interesses desta tese, pensar a literatura como disparador de um resquício de “comportamento mitológico” é um ponto no qual vale se deter. Em termos de literatura contemporânea, não se fala mais apenas no uso dos mitos como tema literário – promovendo, como já disse, a sobrevivência e a permanência de mitos tradicionais, em especial os relacionados à Antiguidade greco-romana. Os mitos não se limitam mais ao papel de *tema* das obras literárias, mas elas mesmas se tornaram mitos.

Quem acrescentou um elemento audacioso a essa discussão foi Roland Barthes, em seu *Mitologias*<sup>25</sup> (2012), produto de uma tentativa de “refletir regularmente sobre alguns mitos da vida cotidiana francesa”<sup>26</sup> (p. 11). Embora seja um livro que se poderia considerar até mesmo divertido, não é tão óbvio entender como Barthes enxergava o mito, uma vez que, ainda em sua introdução, sua definição é de que “o mito é uma linguagem” (p. 11) – e apenas aos poucos, de página a página, se depreende um pouco mais de seu pensamento. Barthes analisa a formação de mitos em situações tão diversas quanto

---

<sup>25</sup> Após consultar duas versões diferentes de *Mythologies* para o português (a da editora Bertrand Brasil, em sua 11ª edição, publicada no ano de 2001 e traduzida por Rita Buongiorno e Pedro de Souza, e a da editora Difel, em sua 6ª edição, publicada em 2012, traduzida por Rita Buongiorno, Pedro de Souza e Rejane Janowitz), notei algumas diferenças entre elas. No cotejo com o texto original, percebi também que nem sempre me pareceram realizar as melhores escolhas linguísticas no português. Portanto, para esta obra em específico, por sua importância teórica para este trabalho, optarei pela edição da Difel e acrescentarei em nota de rodapé o texto em francês (Éditions du Seuil, 1970).

<sup>26</sup> “*J’essayais alors de réfléchir régulièrement sur quelques mythes de la vie quotidienne française*” (BARTHES, 1970, p. 9).

cotidianas. Ele vai do *catch*<sup>27</sup> aos saponáceos e detergentes, passando pelos marcianos, pelo vinho e pelo bife com batata frita, entre outros. O que elementos tão distintos têm em comum? Todos eles possuem, numa segunda ordem de sentidos, uma ilusão a ser exposta. E é a partir disso que se começa a compreender a noção de mito à qual Barthes recorre.

Para ele, se posso citar um exemplo, o *catch* – cuja análise, no ensaio “O mundo do catch”, abre *Mitologias* – se opõe ao boxe: o primeiro, ao contrário do segundo (no qual é possível efetuar uma aposta), presume que a função do lutador não é a de vencer a luta, mas executar os movimentos esperados. Assim, “como no teatro, no *catch* também não existe o problema da verdade. Em ambos, o que se espera é a figuração inteligível de situações morais habitualmente secretas”<sup>28</sup> (BARTHES, 2012, p. 19). Nesse sentido, Barthes crê que a derrota no *catch* se caracteriza como um processo exibitório que retoma mitos antigos do sofrimento e da humilhação pública, tais como a cruz e o pelourinho. Além disso, “no ringue, e no mais profundo da sua ignomínia voluntária, os lutadores são deuses, por serem durante alguns instantes a chave que abre a Natureza, o gesto puro que separa o Bem do Mal e desvenda a figura de uma Justiça enfim inteligível”<sup>29</sup> (BARTHES, 2012, p. 26). O que vemos, portanto, é que há uma série de convenções culturais (e isso importa para Barthes) que fazem do *catch* antes um espetáculo, que necessariamente um esporte.

É comum que estudiosos se concentrem na análise semiológica que Barthes faz dos mitos. Para ele, os mitos são uma forma de significação, assemelhando-se à fala – mas nem por isso é necessariamente oral: pode ser constituída de variadas formas, escritas ou não (fotografia, cinema, publicidade, esportes etc.) –, e essa significação parte de um sistema tridimensional bastante conhecido no campo da semiologia, o significante, o significado e o signo, embora o sistema do mito ocorra a partir de um signo preexistente, comportando-se como um segundo sistema de significação. Hoje se sabe pouco usual esse tipo de análise baseada estritamente em estruturas linguísticas. Entretanto, de seu estudo

---

<sup>27</sup> Barthes refere-se muito provavelmente ao *catch wrestling*, que é um tipo de luta mais conhecido no Brasil como *luta livre* – por aqui foi exibido pelos programas *Telecatch Vulcan*, *Telecatch Montilla* e *Os reis do ringue* entre as décadas de 1960 e 1970.

<sup>28</sup> “Il n’y a pas plus un problème de vérité au catch qu’au théâtre. Ici comme là ce qu’on attend, c’est la figuration intelligible de situations morales ordinairement secrètes” (BARTHES, 1970, p. 16).

<sup>29</sup> “Sur le Ring et au fond même de leur ignominie volontaire, les catcheurs restent des dieux, parce qu’ils sont, pour quelques instants, la clef qui ouvre la Nature, le geste pur qui sépare le Bien du Mal et dévoile la figure d’une Justice enfin intelligible” (BARTHES, 1970, p. 23).

sobre as mitologias modernas, uma contribuição valiosa está na análise da naturalização de fatos culturais e sociais por meio dos mitos.

Aqui atingimos um ponto crucial – mais até, ao meu ver, que a estruturação semiológica – da noção de mito para Barthes. Antes, porém, é necessário esclarecer: o mito, para o pensador francês, reside exatamente nessa segunda camada de significado, que é intencional – ou, em outras palavras, o mito é uma ilusão a ser exposta. Barthes já dava a entender esse sentido, embora ainda velado, em sua introdução:

O ponto de partida desta reflexão era, o mais das vezes, um sentimento de impaciência frente ao “natural” com que a imprensa, a arte, o senso comum, mascaram continuamente uma realidade que, pelo fato de ser aquela em que vivemos, não deixa de ser por isso perfeitamente histórica: resumindo, sofria por ver a todo momento confundidas, nos relatos da nossa atualidade, Natureza e História, e queria recuperar na exposição decorativa do-que-é-obvio o abuso ideológico que, na minha opinião, nele se dissimula<sup>30</sup> (BARTHES, 2012, p. 11).

Esse trecho agora parece mais claro: para Barthes, o mito “transforma a história em natureza”, ou seja, uma intenção necessariamente histórica se passa por natural. Para ilustrar, recorrerei a um exemplo que percorre todo o *Mitologias*. Barthes citou à exaustão a capa da revista *Paris-Match* que trazia um jovem negro vestido com um uniforme francês fazendo uma saudação militar com os olhos voltados possivelmente para a bandeira da França. Numa segunda camada de significação (já que num sistema prévio observa-se algo como “um soldado negro faz a saudação militar à bandeira francesa”), poder-se-ia depreender que a França é um Império em que todos, sem distinção de cor, servem a sua bandeira. Indo além, a função do mito reside nessa intenção: “*O Império francês? Ora, é tudo simplesmente um fato: esse bom negro que faz a continência como qualquer moço aqui da terra*” (BARTHES, 2012, p. 215).

E a perspicácia de Barthes não se encerra aí. Sua análise, a certa altura, acrescenta que esse processo mítico de transformar uma intenção histórica em natureza é próprio da ideologia burguesa: “É, no entanto, por meio da sua ética que a burguesia impregna a França: praticadas ao nível nacional, as normas burguesas são vividas como leis evidentes de uma ordem natural: quanto mais a classe burguesa propaga as suas representações,

---

<sup>30</sup> “Le départ de cette réflexion était le plus souvent un sentiment d’impatience devant le “naturel” dont la presse, l’art, le sens commun affublent sans cesse une réalité qui, pour être celle dans laquelle nous vivons, n’en est pas moins parfaitement historique: en un mot, je souffrais de voir à tout moment confondues dans le récit de notre actualité, Nature et Histoire, et je voulais ressaisir dans l’exposition décorative de ce-qui-va-de-soi, l’abus idéologique qui, à mon sens, s’y trouve caché” (BARTHES, 1970, p. 10).

mais elas se tornam naturais”<sup>31</sup> (BARTHES, 2012, p. 232). Assim, faz parte da constituição do mito eliminar a qualidade histórica das coisas da mesma forma com que a ideologia burguesa se abstém do nome *burguês*.

Ao apontar a ideologia burguesa (no contexto de uma França da década de 1950) como a verdadeira máquina que impõe os mitos como justificativas para naturalizar suas normas, Barthes mais uma vez demonstra sua não rara atualidade – ou, também, que o mundo manteve esse aspecto denunciado desde então. Ainda que pesem as distâncias históricas, geográficas, sociais, culturais etc., o trecho abaixo no mínimo nos faz refletir sobre o contexto brasileiro contemporâneo ao século XXI:

A França inteira está mergulhada nessa ideologia anônima: a nossa imprensa, o nosso cinema, o nosso teatro, a nossa Literatura de grande divulgação, os nossos cerimoniais, a nossa Justiça, a nossa diplomacia, as nossas conversas, o tempo que faz, o crime que julgamos, o casamento com que nos comovemos, a cozinha com que sonhamos, o vestuário que usamos, tudo, na nossa vida cotidiana, é tributário da representação que a burguesia *criou para ela e para nós* nas relações entre o homem e o mundo<sup>32</sup> (BARTHES, 2012, p. 232).

A primeira epígrafe desta tese – justifico agora – ficou propositalmente sem sua referência. Ela poderia ter sido extraída de algum trabalho apresentado nos numerosos eventos dedicados aos estudos da relação entre autoria e *performance*, ou sobre as escritas de si, ou sobre a midiaticização do autor etc. Porém, também não nos surpreenderia que ela fizesse parte de um texto escrito em meados da década de 1950 por Roland Barthes – como efetivamente faz: Barthes é seu autor. A atualidade e a nem tão sutil ironia presente em “O escritor em férias” – que integra a heterogênea gama de análises de *Mitologias* e de onde foi extraída a epígrafe –, ao mesmo tempo em que divertem, produzem uma crítica que poderia muito bem ter sido encontrada nos suplementos literários atuais.

Tudo começa com uma notícia do jornal francês *Le Figaro*: “Gide lia Bossuet descendo o Congo”. Tal retrato das férias de um escritor, para Barthes, caracteriza “uma boa reportagem, que é sociologicamente eficaz e nos dá, sem disfarces, a imagem que a nossa burguesia faz do escritor”<sup>33</sup> (BARTHES, 2012, p. 32). O que parece, portanto,

---

<sup>31</sup> “C’est pourtant par son éthique que la bourgeoisie pénètre la France: pratiquées nationalement, les normes bourgeoises sont vécues comme les lois évidentes d’un ordre naturel: plus la classe bourgeoise propage ses représentations, plus elles se naturalisent” (BARTHES, 1970, p. 214).

<sup>32</sup> “La France tout entière baigne dans cette idéologie anonyme: notre presse, notre cinéma, notre théâtre, notre littérature de grand usage, nos cérémoniaux, notre Justice, notre diplomatie, nos conversations, le temps qu’il fait, le crime que l’on juge, le mariage auquel on s’émeut, la cuisine que l’on rêve, le vêtement que l’on porte, tout, dans notre vie quotidienne, est tributaire de la représentation que la bourgeoisie se fait et nous fait des rapports de l’homme et du monde” (BARTHES, 1970, p. 214).

<sup>33</sup> “Voilà donc un bon reportage, bien efficace sociologiquement, et qui nous renseigne sans tricher sur l’idée que notre bourgeoisie se fait de ses écrivains” (BARTHES, 1970, p. 29).



surpreender essa mesma burguesia é notar que os escritores também são pessoas que, como as demais, usufruem de férias. Nesse ponto, cabe lembrar que, apesar de inicialmente serem apenas voltadas para o público escolar, as férias, a partir do momento que passaram a ser remuneradas, transformaram-se em fato proletário. Isso quer dizer, aos olhos da burguesia, que os escritores comungam do mesmo estatuto geral do trabalhador contemporâneo (referindo-se ao contexto da metade do século passado). Essa “proletarização do escritor” (para usar as palavras de Barthes) é, logo em seguida, destruída, uma vez que o literato constantemente retorna para o seu *habitat* de prestígio.

Ademais, a figura do escritor encerra outro marcante atributo: ainda que esteja gozando de seu período proletário de férias, ele não cessa de trabalhar: “Sendo, assim, um falso trabalhador, é também um falso veranista”<sup>34</sup> (BARTHES, 2012, p. 33). Esse fato induz-nos a tomar como natural a verve da escrita que faz o escritor produzir constantemente – e essa verve se transforma em sua “essência”<sup>35</sup>. Aqui mais uma vez vale a pena citar Barthes, com sua descrição da produção literária incessante, cujo quadro também se mostra atualíssimo:

Em primeiro lugar assimila-se, assim, a produção literária a uma espécie de secreção involuntária, portanto um tabu, visto que escapa aos determinismos humanos. Para falar mais pomposamente, o escritor está possuído por um tirano deus interior, que fala a todo instante sem se importar com as férias do seu médium. Os escritores estão de férias, mas a Musa está desperta e produz ininterruptamente<sup>36</sup> (BARTHES, 2012, p. 34).

É importante constatar nesse cenário que, onde quer que esteja ou em qualquer situação em que se envolva, o escritor permanece sendo um escritor, isto é, não muda sua natureza – a de um “ser super-homem”; ainda que a exibição se faça com traços de humanidade, “o deus permanece e se é escritor como Luís XIV era rei, mesmo sentado na privada”<sup>37</sup> (BARTHES, 2012, p. 34). Não surpreende a esta altura que, tanto hoje quanto à época da escrita do texto, “as técnicas do jornalismo contemporâneo procuram oferecer uma imagem prosaica do escritor”<sup>38</sup> (BARTHES, 2012, p. 34). Tal imagem

<sup>34</sup> “*Faux travailleur, c’est aussi un faux vacancier*” (BARTHES, 1970, p. 30).

<sup>35</sup> O termo é de Barthes.

<sup>36</sup> “*D’abord cela assimile la production littéraire à une sorte de sécrétion involontaire, donc tabou, puisqu’elle échappe aux déterminismes humains : pour parler plus noblement, l’écrivain est la proie d’un dieu intérieur qui parle en tous moments, sans se soucier, le tyran, des vacances de son médium. Les écrivains sont en vacances, mais leur Muse veille, et accouche sans désemparer*” (BARTHES, 1970, 30-31).

<sup>37</sup> “*Mais le dieu reste, on est écrivain comme Louis XIV était roi, même sur la chaise percée*” (BARTHES, 1970, p. 31)

<sup>38</sup> “*Les techniques du journalisme contemporain s’emploient de plus en plus à donner de l’écrivain un spectacle prosaïque*” (BARTHES, 1970, p. 31).

mítica do escritor é reforçada pela ilusão do leitor, ao se deparar com essas confissões, de participar da vida cotidiana de uma raça selecionada pelo gênio. E descobrir essa humanidade do escritor contribui, na verdade, para alçá-lo ainda mais ao espaço celeste restrito aos super-humanos dotados de uma natureza ímpar:

Atribuir publicamente ao escritor um corpo bem carnal, revelando que ele adora o vinho branco seco e o filé malpassado, equivale a tornar aos nossos olhos os produtos da sua arte ainda mais milagrosos e de essência mais divina. Os detalhes da sua vida cotidiana não só não aproximam nem esclarecem a natureza da sua inspiração, mas também, muito pelo contrário, é a singularidade mítica da sua condição que o escritor acusa nessas confidências<sup>39</sup> (BARTHES, 2012, p. 35).

A partir de tudo isso, ao contrário do que se pode pensar numa leitura mais apressada, apenas falsamente a análise dos mitos presente em *Mitologias* se distancia do elemento vivo – para me valer da conhecida e já mencionada busca de Eliade pelos “mitos vivos” – como se costuma ajuizar sobre os estruturalistas. Quero crer mesmo que a base semiológica de seu estudo deva ter menos destaque que a importância da reflexão sobre o aspecto enganador que o mito pode adquirir ao naturalizar normas e convenções de uma determinada parcela da sociedade. Segundo essa hipótese, a proposta de Barthes funciona, ao mesmo tempo, como uma desmitificação, uma vez que denuncia o caráter enganador dos mitos – e em favor de que eles trabalham.

Quinze anos após a publicação de *Mitologias*, num contexto muito mais próximo ao da hiper-referenciada “morte do autor”, Barthes escreveu “A mitologia hoje”<sup>40</sup> (2004), que faz parte da seleção *O rumor da língua*. Ao remontar à forma como descreveu a função e a constituição do mito na década de 1950, Barthes relata que essa própria distinção entre, para usar seus termos, o ideológico e o fraseológico tornou-se mítica, isto é, a própria denúncia e desmitificação tornou-se discurso – a desmitificação não elimina o mito; pelo contrário, reforça-o. Então, para o autor, “não se trata de revelar o sentido (latente) de um enunciado, de um traço, de uma narrativa, mas de fissurar a própria representação do sentido” (BARTHES, 2004, p. 78). Isso quer dizer que, se denunciar os mitos não era o suficiente, a nova proposta seria a de destruir o próprio signo<sup>41</sup>: “à

<sup>39</sup> “Pourvoir publiquement l'écrivain d'un corps bien charnel, révéler qu'il aime le blanc sec et le bifteck bleu, c'est me rendre encore plus miraculeux, d'essence plus divine, les produits de son art. Bien loin que les détails de sa vie quotidienne me rendent plus proche et plus claire la nature de son inspiration, c'est toute la singularité mythique de sa condition que l'écrivain accuse, par de telles confidences” (BARTHES, 1970, p. 32).

<sup>40</sup> Naturalmente, o título dialoga com “O mito, hoje”, seção final de *Mitologias*.

<sup>41</sup> Vale lembrar que o célebre encerramento de “A morte do autor” segue numa linha semelhante de pensamento: “[...] sabemos que, para devolver à escritura o seu futuro, é preciso inverter o mito: o nascimento do leitor deve pagar-se com a morte do Autor” (BARTHES, 2004, p. 64, grifos meus).

‘mitoclastia’ sucede, muito mais ampla e levada a outro nível, uma ‘semioclastia’” (BARTHES, 2004, p. 79).

Não são raros os estudos e as pesquisas que, pouco mais, pouco menos, lançaram mão da expressão “mito do escritor”. Há, no entanto, explicação para esse fato. Em primeiro lugar, me parece que a genealogia da expressão retrocede inevitavelmente até Barthes. “O mito do escritor” acabou se tornando um chavão nos textos dedicados a elucubrações sobre os jogos da autoria (em especial a contemporânea), relacionando-se a temas como *escritas de si*, *autoficção* ou assuntos relacionados à escrita autobiográfica (logo, reflexões sobre sujeito, performance e mídia são bastante recorrentes). Em ligeira pesquisa no *Google Acadêmico*<sup>42</sup>, o descritor “mito do escritor” encontra uma boa porção de textos cujas análises tocam em variados autores e suas distintas formas de refinar o jogo da autoria. Para grande parcela desses textos, há uma fonte em comum: o livro *Escritas de si, escritas do outro: o retorno do autor e a virada etnográfica*, de Diana Klinger (2007).

Os capítulos iniciais do trabalho de Diana Klinger, em especial, tornaram-se, principalmente no período de expansão desses assuntos nas universidades, referência entre os interessados nos temas das escritas de si e da autoficção. E o interesse foi maior pelo percurso teórico de Klinger (que carecia de fontes em português, uma vez que a matriz é francesa e as obras de difícil acesso no Brasil) do que pelos autores abordados em suas análises (Bernardo Carvalho, Fernando Vallejo, Washington Cucurto, João Gilberto Noll, César Aira e Silviano Santiago). A aceitação de *Escritas de si, escritas do outro* foi tamanha, sendo adotado em diversos cursos acadêmicos, que em pouco tempo o livro, lançado pela editora 7Letras, esgotou-se e foi necessária uma segunda edição. O principal efeito de o estudo de Diana Klinger ter se tornado referência foi a citação exponencial de suas análises nos trabalhos nascentes nesse período.

Um dos pontos recorrentes de citação é, justamente, o “mito do escritor”. E aqui encontramos novamente Barthes. Há um grande mérito de Klinger em aproximar a análise do francês sobre os mitos para tratar da autoria contemporânea, uma vez que, como vimos, seus apontamentos são excepcionalmente atuais – ainda que falem de uma França dos anos de 1950. Num momento em que os estudos sobre autoria, mídia e performance se expandem por todo o país, retomar um Barthes para além da “morte do autor” trouxe de fato contribuições singulares.

---

<sup>42</sup> O portal de pesquisas científicas da gigante *Google* está disponível em <<https://scholar.google.com.br/>>. Acesso em: 25 jul. 2015, 2h37.

Na contramão da maneira com que muitos queriam ver a autoficção – como apenas uma relação entre texto e vida do autor –, Diana Klinger aponta o tema como “uma forma de criação de um mito, o mito do escritor” (KLINGER, 2007, p. 50). A partir daí, a autora aporta em *Mitologias* para explicar sua abordagem do mito. É retomada, portanto, a divisão ternário-semiológica proposta por Barthes – significante, significado e signo, como já mencionado –, ressaltando-se que o mito se situa num segundo patamar de significação, atuando a partir de um signo preexistente. Aqui chegamos a um trecho repetidamente citado nos trabalhos cuja referência é o estudo de Klinger – do qual provavelmente um pesquisador sobre o assunto há de se recordar em textos diversos:

A autoficção é uma máquina produtora de mitos do escritor, que funciona tanto nas paragens em que se relatam vivências do narrador quanto naqueles momentos da narrativa em que o autor introduz no relato uma referência à própria escrita, ou seja, a pergunta pelo lugar da fala (O que é ser escritor? Como é o processo da escrita? Quem diz eu?). Reconhecer que a matéria da autoficção não é a biografia mesma e sim o mito do escritor permite chegar próximos da definição que interessa para nossa argumentação. Qual é a relação do mito com a autoficção? O mito, diz Barthes, ‘não é uma mentira, nem uma confissão: é uma inflexão’. [...] (KLINGER, 2007, p. 51).

É o ponto em que, enfim, Diana Klinger indica que “a autoficção participa da criação do *mito* do escritor, uma figura que se situa no interstício *entre* a ‘mentira’ e a ‘confissão’” (KLINGER, 2007, p. 51). O mito do escritor acaba se tornando, no texto da pesquisadora, uma espécie de gancho para associar a autoficção à noção de *performance*, cuja nuance teatral contribui para a *construção* do papel autoral.

## 2 A MÁQUINA PRODUTORA DE MITOS

A abordagem de Diana Klinger acerca do mito relacionado à figura do autor, apoiando-se na proposta de Barthes, foi retomada, como vimos, em diversos outros estudos<sup>43</sup>. Reduzir, entretanto, a expressão “mito do autor” à reprodução (ainda, parcial) de um fragmento de uma leitura (também parcial) das *Mitologias* barthesianas me parece ser uma tarefa mais mecânica e protocolar do que exatamente reflexivo-analítica. Seria necessário, obviamente, consultar a própria fonte.

Penso, portanto, que há uma *lacuna* com relação ao tema. Por não ser o foco de seu trabalho, a leitura que Diana Klinger empreende com relação aos mitos, com base em Barthes, ressalta o viés *semiológico* em detrimento dos apontamentos, se podemos dizer, *sociológicos*, como já mencionei pouco antes. A operação de Barthes para o desvelamento dos mitos como *enganações* (e sua posterior proposta de *semioclastia*) – levando o sujeito a tomar como natural o que, na verdade, é uma norma burguesa intencionalmente camuflada – é, no contexto atual, muito mais enriquecedor e produtor que a limitação à análise do mito como um produto da relação tripartite dos signos.

Outro ponto importante a ser destacado no texto de Barthes terá importância capital para a forma como quero lidar com o mito do autor. Em sua distinção entre os termos constituintes do signo – o significante e o significado –, no plano do mito (isto é, já partindo de um sistema de signos anterior e sobre o qual se produzirá *outro* sistema), o significante é chamado pelo francês de *forma* e o significado de *conceito*. Por que isso nos interessa? Em geral, as definições correntes de mito dizem que ele é a “narrativa de uma ‘criação’: ele relata de que modo algo foi produzido e começou a ser”, bem como “conta uma história sagrada” (ELIADE, 1972, p. 14), ou ainda que os mitos “são histórias dramáticas que constituem um instrumento sagrado, quer autorizando a continuação de instituições, costumes, ritos e crenças antigas na área em que são comuns, quer aprovando alterações” (PATAI, 1974, p. 14). Ou seja, os verbos predominantes são *narrar*, *relatar*, *contar*, *descrever*. Desse modo, como poderíamos enxergar como um mito uma personalidade tal qual o autor? Basta analisarmos, retomando a proposta de Barthes, o

---

<sup>43</sup> Por exemplo – *mea culpa* –, também recorri a essa leitura, retomando, inclusive, as mesmas citações, em minha dissertação de mestrado. Cf. MARTINELLI FILHO, Nelson. *Confissão e autoficção na obra de Reinaldo Santos Neves*. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Espírito Santo, 2012. p. 57.

mito como uma fala: “já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso”<sup>44</sup> (BARTHES, 2012, p. 199). Além disso, essa fala, que é uma mensagem, não precisa, como afirmei anteriormente, necessariamente ser oral ou mesmo escrita: “o discurso escrito, assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isso pode servir de apoio à fala mítica<sup>45</sup>” (BARTHES, 2012, p. 200) – o que nos leva a incluir, então, a própria construção do autor. Assim, o mito comportaria em si toda uma miríade de significados (e, daí, eles podem *narrar, descrever, relatar*, mesmo a partir de um microponto significante).

Não obstante, no texto de Klinger, de fato, o “mito do escritor” está intimamente ligado à *performance* autoral. Porém, não creio que a autoficção seja realmente “uma máquina produtora de mitos do escritor”. Conforme observamos no texto de Barthes, os mitos independem – ou pelo menos não dependem tão diretamente – do conteúdo, do gênero ou mesmo da prática literária da obra (aliás, sequer há a necessidade de ser um texto literário), ou seja, a *máquina produtora de mitos* está em outra instância, e o autor é uma de suas engrenagens.

Já deve estar evidente, a esta altura, que tenho optado por dizer “mito do autor” no lugar de “mito do escritor”. Vejo que “mito do escritor” difundiu-se nos textos acadêmicos brasileiros com base no texto de Klinger, que, por sua vez, parece ter cunhado o termo a partir de Barthes em “O escritor em férias”. Do ponto de vista do dicionário, *autor*<sup>46</sup> e *escritor*<sup>47</sup> pouco se distinguem, em geral um termo auxiliando na significação do outro – salvo que autor é ainda um pouco mais amplo, uma vez que a *autoria* não se restringe necessariamente à produção de livros. Assim, antitautologicamente, podemos inferir que todo escritor (que é aquele que escreve, independentemente do gênero, ou que

<sup>44</sup> “Puisque le mythe est une parole, tout peut être mythe, qui est justiciable d'un discours” (BARTHES, 1970, p. 181).

<sup>45</sup> “Le discours écrit, mais aussi la photographie, le cinéma, le reportage, le sport, les spectacles, la publicité, tout cela peut servir de support à la parole mythique” (BARTHES, 1970, p. 182).

<sup>46</sup> “1 Aquele que é causa primária ou principal: Deus é o autor do mundo. 2 Aquele de que alguém ou alguma coisa nasce ou procede. 3 Praticante de uma ação; agente. 4 Fundador, instituidor. 5 Escritor de obra literária, científica ou artística. 6 Inventor, descobridor. 7 A parte que promove um feito contencioso; o que propõe demanda contra outro. 8 Indivíduo por quem foi transmitido a outrem algum direito. 9 A parte acusadora em uma ação penal. 10 O que primeiramente dá uma notícia”. Definição do *Dicionário Online Michaelis*. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=autor>>. Acesso em: 10 ago. 2015, 22h58.

<sup>47</sup> “1 O que escreve. 2 Autor de composições de qualquer gênero literário. Col: plêiade. 3 Motorista que ‘escreve’, que dirige mudando de direção, perturbando os que vêm atrás. E. de pulso: escritor de grande talento”. Definição do *Dicionário Online Michaelis*. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=escritor>>. Acesso em: 10 ago. 2015, 22h59.

cria por meio da escrita) é um autor (aquele que dá origem a alguma coisa), mas a recíproca não é verdadeira. Outro ponto a se considerar é que, no ramo editorial, embora não represente um significado peremptório, é possível separar ambos os termos por categorias: autor é um escritor com livro publicado. Nesse meio, o escritor pode escrever artigos, pode escrever na internet, pode escrever para si mesmo e guardar seus papéis no fundo de uma gaveta, mas, quando publica, torna-se *o autor de um livro*.

O autor também já é, historicamente, um alvo traçado. Decreta-se a “morte do autor”. Debate-se sobre a “função autor”, quando se quer saber “o que é um autor”. Ora impera o Autor – com *A maiúsculo* –, ora recolhe-se o autor (e quando se falou em Escritor, com *E maiúsculo*?). Fala-se do *retorno do autor*, e não do *retorno do escritor*. O escritor não morreu, nunca desapareceu, tampouco precisou retornar. Nesse tempo de *morte e vida do autor* o escritor manteve-se em seu papel de, de fato, *escrever* – e muito se escreveu nas últimas décadas, independentemente do que ocorria para além da capa e do nome. Já o autor, essa instância complexa e multifacetada, tem estado sob a mira de estudiosos, filósofos e pensadores ao longo do século XX, permanecendo até hoje – até esta tese – como objeto de interesse. O escritor, então, está muito mais associado à *ação* de escrever, ainda que seja de forma profissional, enquanto ao autor cabe a *construção* de uma imagem, cuja *performance*, que contribui para a criação desse *outro*, supera em muito a própria escrita. O mito, portanto, é do autor<sup>48</sup>.

Se não a autoficção, então quem ou o que é a máquina produtora de mitos? Para Barthes, é a ideologia burguesa. Se há um mito sendo construído, sustentado e, inclusive, disseminado, há algo ou alguém que tenha interesse nesse *status quo*. Aqui, novamente, o autor pode ser notado como mais uma das engrenagens. Parece evidente, nesses termos, que o autor faz parte de uma *espetacularização* da sociedade, e esse espetáculo, para dialogar com Guy Debord, nada mais é que justificação de um sistema, já existente, baseado no consumo – e as reflexões sobre a sociedade contemporânea que apontam para

---

<sup>48</sup> Algo semelhante parece ocorrer com outra instância, o Eu, de cujo conjunto faz parte o Autor (já dizia Foucault que a função autor é uma especificação da função sujeito). Embora também se fale sobre o “Mito do eu”, curiosamente, o capítulo “O mito do eu: pluralidade e disjunção”, de Leonor Arfuch (2010, p. 126-131) trata exatamente do *eu*, autoral/pronominal, que fala, que narra – isto é, “é o caráter reversível dessa marca da linguagem, talvez a mais ‘democrática’ na medida em que permite ser assumida por todos sem distinção – para além da diferença de posições e hierarquias entre as ‘primeiras pessoas’ verdadeiramente existentes –, o que contribuiu para a construção do *mito do eu* [...]” (ARFUCH, 2010, p. 128). Como o trabalho de Arfuch é seminal para essas discussões, naturalmente voltarei à questão num momento posterior.

uma caracterização como sociedade de consumo (para mencionar, por exemplo, Bauman<sup>49</sup> e Baudrillard<sup>50</sup>) não são novidades há muito tempo.

Ao pensarmos no contexto da sociedade da qual Barthes fala em seu *Mitologias*, a França dos anos de 1950, alguns pontos devem ser ressaltados. É bastante conhecido o aumento de produção ocasionado pelo desenvolvimento de tecnologias e pelas novas formas de organização do trabalho na primeira metade do século XX, o que levou à necessidade de uma atenção especial ao escoamento da produção excedente. Nesse sentido, um avanço da publicidade inovou em técnicas de massificação de produtos e contribuiu para a transformação, no *mass media*, do próprio sujeito em mercadoria.

## 2.1 AUTOR, AUTORES: AINDA SOBRE UMA GENEALOGIA

Sabemos que o autor também entra nessa história. Porém, falar, hoje, da história do autor é arriscar-se a navegar num mar de paráfrases. A genealogia é longa e muitas vezes mal interpretada, em especial quando se ultrapassa a fronteira para antes do Romantismo, em que a noção de autoria torna-se ainda mais escorregadia. Em geral, é comum entre os estudiosos de teorias contemporâneas evitarem se comprometer para aquém do século XIX, quando a ascensão do movimento europeu que ficou conhecido como Romantismo trouxe consigo a figura do gênio, um ser distinto dos demais pela sua força criadora<sup>51</sup> – e, conseqüentemente, tal figura ganhou um novo estatuto ao lado de sua obra: consolidou-se a figura do Autor da forma mais próxima à que hoje conhecemos. Nesse momento, porém, outro produto se apresentava, a propriedade legal sobre o que foi criado, como veremos com Chartier, ou seja, a obra é, ao mesmo tempo, uma mercadoria. Os *direitos* alcançados pelo autor com relação à sua obra garantiam sua natureza de propriedade, de mercadoria assinada que não pode mais ser adulterada.

Ao longo do século XX, entretanto, a figura do autor foi constantemente deformada de sua constituição romântica. Embora se tome o estruturalismo francês como principal marco da morte do autor, o seu abalo data de muito antes. Por exemplo, ainda

---

<sup>49</sup> Em *Vida para consumo: a transformação de pessoas em mercadorias* (2008), p. ex., Zygmunt Bauman propõe ainda uma distinção entre consumismo, sociedade de consumidores e cultura consumista.

<sup>50</sup> Cf., p. ex., BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Portugal: Edições 70, 2008.

<sup>51</sup> É importante ressaltar que esse sentido dado ao conceito de gênio entre os séculos XVIII e XIX destoa do significado contemporâneo, em geral associado à pessoa muito inteligente. Enquanto no oitocentos a ideia de gênio não era ligada diretamente a um caráter empírico, mas sim à relação entre criador e criação, na noção mais atual, o gênio não necessita produzir uma obra.



nas primeiras décadas do século passado, ocorreu o movimento que ficou conhecido como Formalismo Russo, cuja principal questão era a busca pela definição do que faz uma obra literária uma obra literária, ou seja, sua “literaturidade”, tratando, para isso, a literatura como um sistema – e, conseqüentemente, preocupando-se com sua estrutura. Outro movimento que colocou o texto no centro, suplantando a figura do autor e propondo uma leitura intrínseca do texto literário, foi o *New Criticism*, que surgiu nos anos de 1930, no sul dos Estados Unidos, e ocupou uma posição de destaque nos estudos literários realizados entre 1940 e 1950.

Ainda na década de 1950, Maurice Blanchot tornou-se de certa forma predecessor do movimento mais radical de morte do autor, considerando que *O livro por vir*, de 1959, adianta alguns aspectos centrais desse momento crítico-teórico. Ao constatar que do Renascimento ao Romantismo houve uma tendência a se reduzir a arte ao gênio, dando a entender que “aquilo que o poeta exprime é ele mesmo, sua mais genuína intimidade, a profundidade escondida de sua pessoa, seu ‘Eu’ longínquo, informulado, informulável” (BLANCHOT, 2005, p. 42), ele constata, em resposta à questão “Para onde vai a literatura”, que “a literatura vai em direção a ela mesma, em direção à sua essência, que é o desaparecimento” (BLANCHOT, 2005, p. 285).

Partindo de autores como Mallarmé e Rimbaud, entre outros que fazem parte de suas análises, com base na crise da representação que cruzou o século XIX para o século XX, Blanchot chega a Beckett, n’*O inominável*, sobre o qual pergunta: “Quem fala nos livros de Samuel Beckett? Quem é esse ‘Eu’ incansável, que aparentemente diz sempre a mesma coisa? Aonde ele quer chegar? O que espera esse autor que, afinal, deve estar em algum lugar?” (BLANCHOT, 2005, p. 308). A resposta, naturalmente, tende a remeter ao próprio Samuel Beckett, o indivíduo real. No entanto, ressalta Blanchot, em *O inominável* há a tentativa de aproximar uma fala neutra que exclui toda e qualquer intimidade. A pergunta, portanto, se refaz:

Então, quem fala aqui? Será o “autor”? Mas quem poderá designar esse nome se, de qualquer maneira, aquele que escreve já não é Beckett, mas a exigência que o arrastou para fora de si, o desapossou e o desalojou, entregou-o ao fora, fazendo dele um ser sem nome, o Inominável, um ser sem ser que não pode nem viver, nem morrer, nem cessar, nem começar, o lugar vazio em que fala a ociosidade de uma fala vazia e que é recoberta, bem ou mal, por um Eu poroso e agonizante (BLANCHOT, 2005, p. 312).

Não se trata, portanto, de um lugar de refúgio para o indivíduo, onde este teria abrigo e segurança contra as intempéries da vida. Pelo contrário, “a obra exige que o homem que escreve se sacrifique por ela, se torne outro, se torne não um outro com

relação ao vivente que ele era, o escritor com seus deveres, suas satisfações e seus interesses, mas que se torne ninguém, o lugar vazio e animado onde ressoa o apelo da obra” (BLANCHOT, 2005, p. 316). O autor, para Blanchot, é uma ausência – e um lugar de ausência.

Alguns textos, para além do de Blanchot, se tornaram lugar-comum ao se falar em autoria no século XX: um deles, “A morte do autor”, de Barthes, publicado em 1968, tem sido repetido exaustivamente – como passarei a fazer agora –, não tanto por ser uma novidade como questionamento da presença tirânica do autor no texto, visto que o processo de cisão entre autor e indivíduo empírico já estava em pauta na agenda crítico-teórica da época, mas por sua força loquaz (acompanhada de um título impactante, que tem ecoado por várias gerações de pesquisadores), apesar de nem sempre ser bem interpretado.

Historicamente, Barthes situa o autor como uma personagem moderna, associada à descoberta do prestígio do indivíduo – localizando esse fato, sem maior precisão cronológica, na saída da Idade Média, “com o empirismo inglês, o racionalismo francês e a fé pessoal da Reforma” (BARTHES, 2004, p. 58) – e à importância dada ao autor com o positivismo. A partir de então, houve um movimento de centralização das atenções na pessoa do autor, reinando em materiais como manuais de história literária, entrevistas e biografias de escritores (lembramos: o ano é 1968). Na materialidade do autor haveria uma explicação para sua obra, a revelação de uma confidência: estava instaurado o “império do Autor” (BARTHES, 2004, p. 59).

Esse império sofreu alguns abalos já na primeira metade do século XX, como no caso das obras de Mallarmé, Valéry e Proust, além do Surrealismo e a própria Linguística. Todos eles, cada um a seu modo, puseram a linguagem em evidência, em detrimento da sacralização do autor. A noção de autor sacralizado, que é anterior (como um pai) à sua obra, que a nutre, deveria dar lugar à de *scriptor*, aquele que nasce junto com o texto, isto é, não o precede de nenhuma maneira, tornando a escritura um eterno *aqui e agora* (BARTHES, 2004, p. 61).

Com a derrocada do Autor-Deus, as tentativas de “decifrar” um texto perdem sentido, uma vez que o domínio anterior criava um entrave na produção de significados. Tal situação é conveniente para a crítica da época, “que quer dar-se então como tarefa importante descobrir o Autor (ou as suas hipóstases: a sociedade, a história, a psique, a liberdade) sob a obra: encontrado o Autor, o texto está ‘explicado’, o crítico venceu” (BARTHES, 2004, p. 63). Concentrada no autor, a crítica obliterou uma figura cara nesse

texto de Barthes: o leitor. Para o semiólogo, “a unidade do texto não está em sua origem, mas no seu destino, mas esse destino já não pode ser pessoal: o leitor é um homem sem história, sem biografia, sem psicologia; ele é apenas esse *alguém* que mantém reunidos em um mesmo campo todos os traços de que é constituído o escrito” (BARTHES, 2004, p. 64). Com esse novo (e impessoal) sujeito em cena, no arremate do texto – copiosamente citado pela crítica pós-68 –, a proposta de Barthes é que haja uma inversão: “o nascimento do leitor deve pagar-se com a morte do Autor (BARTHES, 2004, p. 42).

Embora o texto de Barthes represente um importante marco nessa genealogia do autor, para os que (ainda, como faço agora) querem perguntar “O que é um autor?”, o texto de Michel Foucault, fruto de sua conferência aos membros da Société Française de Philosophie, no Collège de France, em 1969, torna-se também uma paragem obrigatória. Uma primeira versão de “Qu’est-ce que’un auteur?” foi publicada no *Bulletin de la Société Française de Philosophie*, sendo retomada, com alguns acréscimos, um ano depois na Universidade de Búfalo, nos Estados Unidos, e republicada em 1979.

No ponto de partida para a conferência, no intuito de observar a relação entre texto e autor, Foucault toma de empréstimo um trecho de Beckett: “Que importa quem fala, alguém disse que importa quem fala” (FOUCAULT, 2013, p. 271-272). Em sua leitura, o pensador francês defende que a escrita se configura como o espaço em que se dá o desaparecimento do autor. Nesse sentido, a obra, que anteriormente garantia a imortalidade, levaria a um apagamento das características individuais do sujeito: “a marca do escritor não é mais do que a singularidade de sua ausência; é preciso que ele faça o papel do morto no jogo da escrita” (FOUCAULT, 2013, p. 273). Ela, a obra, também impõe questões tão problemáticas quanto a figura do autor. Por exemplo: como definir seu escopo? Tudo o que o autor escreveu faz parte dela, incluindo seus rascunhos e suas cadernetas com notas sobre lavanderia? Se não, por quê?

Outro aspecto relevante para a problemática em questão reside no nome do autor, que se diferencia de um nome *próprio comum* ou um simples elemento do discurso. Seu papel é o de arregimentar um grupo de textos, com suas devidas delimitações e exclusões. O movimento, portanto, ainda de acordo com Foucault, não é em direção ao indivíduo real, mas no sentido de garantir a certos discursos determinado *status* em uma sociedade. Foucault sabia que constatar que o autor desapareceu – como já vinha sendo feito anteriormente – não era suficiente, mas que era necessário pensar nas funções livres que decorrem desse apagamento. Sendo assim, a circulação e o funcionamento de certos discursos na sociedade foi chamado de *função autor*:

A função autor está ligada ao sistema jurídico e institucional que contém, determina, articula o universo dos discursos; ela não se exerce uniformemente e da mesma maneira sobre todos os discursos, em todas as épocas e em todas as formas de civilização; ela não é definida pela atribuição espontânea de um discurso ao seu produtor, mas por uma série de operações específicas e complexas; ela não remete pura e simplesmente a um indivíduo real, ela pode dar lugar simultaneamente a vários egos, a várias posições-sujeitos que classes diferentes de indivíduos podem vir a ocupar (FOUCAULT, 2013, p. 283-284).

Foucault demonstra que os discursos passaram a ter autores de fato a partir do momento em que esse sujeito poderia ser punido. Esse momento – indicado entre o fim do século XVIII e o início do século XIX – se liga à instauração do regime de propriedade para os textos, quando são estabelecidas regras sobre os direitos do autor, os direitos de reprodução e as relações entre autores e editores, por exemplo. Também é necessário considerar que tais funções mudam de acordo com os variados contextos em que são percebidas. Sobre isso, Foucault recorre à autoria de textos literários e de textos científicos: os primeiros, se há alguns séculos comportavam o anonimato sem maiores dificuldades, por exemplo, não são mais aceitos sem a função autor; de forma quiasmática (com mudança datada entre os séculos XVII e XVIII), os segundos, que atualmente podem, de acordo com o pensamento de Foucault, estabelecer uma verdade, ainda que de forma anônima, desde que esteja vinculada a um conjunto sistemático, atrelavam num passado mais distante sua verdade ao nome de um autor.

Apesar de ser uma especificação da função sujeito, Foucault destaca, respondendo às perguntas após sua conferência, que foi mal interpretado: “não disse que o autor não existia; eu não o disse e estou surpreso que meu discurso tenha sido usado para tal contrassenso” (FOUCAULT, 2013, p. 298). O apagamento do autor em prol da análise de como se exerce essa função não resulta na morte do indivíduo real, ou, em outras palavras, “não significa, convenhamos, que o autor não existe. [...] Contenhamos então nossas lágrimas” (FOUCAULT, 2013, p. 298).

No mesmo ano de 1969, Foucault publicou *A arqueologia do saber*, na qual investiga “tipos e regras de práticas discursivas que atravessam obras individuais” (FOUCAULT, 2014, p. 170), sem tentar “reconstituir o que pôde ser pensado, desejado, visado, experimentado, almejado pelos homens no próprio instante em que proferiam o discurso” (FOUCAULT, 2014, p. 171), isto é, mais uma vez, o que está em jogo não é a manifestação empírica do indivíduo, mas “a descrição sistemática do objeto-discurso”. Também aqui se apresenta a problemática da definição de obra e sua relação com o nome do autor – e até mesmo o exemplo da obra de Nietzsche é similar:

[...] assim, não é a mesma relação que existe entre o nome de Nietzsche por um lado e, por outro, as autobiografias de juventude, as dissertações escolares, os artigos filológicos, *Zaratustra*, *Ecce Homo*, as cartas, os últimos cartões-postais assinados por “Dionysos” ou “Kaiser Nietzsche, as inúmeras cadernetas em que se misturam notas de lavanderia e projetos de aforismos”<sup>52</sup> (FOUCAULT, 2014, p. 29).

Foucault já adiantava que essa unidade denominada obra se constitui a partir da operação interpretativa, ou seja, se percebe no texto, sendo, ao mesmo tempo, algo que ele esconde e algo que ele manifesta. Com relação ao problema da empiria, o indivíduo real permanece afastado em *A arqueologia do saber*, uma vez que se constata a não coincidência entre autor e sujeito do enunciado. Apesar de que, “em um romance, o autor da formulação é o indivíduo real cujo nome figura na capa do livro [...]”, Foucault salienta que “os enunciados do romance não têm o mesmo sujeito” (FOUCAULT, 2014, p. 113).

Consciente da possibilidade de tal desvirtuamento de sua proposta, Foucault torna a balizar o assunto em 1970, em sua aula inaugural, sob o título “L’Ordre du discours”, também no Collège de France, que recebera sua conferência “O que é um autor?” no ano anterior. Ao elencar os procedimentos de controle e de delimitação do discurso, Foucault os divide entre externos, que operam como sistemas de exclusão, e internos, cujo controle é exercido pelo próprio discurso. A função autor insere-se no rol de procedimentos internos, uma vez que é a partir dela que o indivíduo que deseja escrever um texto, assumindo por conta própria essa função, “recortará, em tudo o que poderia ter dito, em tudo o que diz todos os dias, a todo momento, o perfil ainda trêmulo de sua obra” (FOUCAULT, 2008, p. 29). Desta vez, porém, ele deixa claro que o autor não deve ser entendido como o indivíduo que pronunciou ou escreveu determinado texto, mas “como princípio de agrupamento do discurso, como unidade e origem de suas significações, como foco de sua coerência” (FOUCAULT, 2008, p. 26). E acrescenta: “Seria absurdo negar, é claro, a existência de um indivíduo que escreve e inventa” (FOUCAULT, 2008, p. 28).

Pouco tempo depois, em 1973, também Barthes volta ao assunto em *O prazer do texto*. Ali, o autor *continua morto*, mas tal fato não exclui o *desejo* do leitor:

Como instituição, o autor está morto: sua pessoa civil, passional, biográfica, desapareceu; desapossada, já não exerce sobre sua obra a formidável

<sup>52</sup> Em “O que é um autor?”: “Quando se pretende publicar, por exemplo, as obras de Nietzsche, onde é preciso parar? É preciso publicar tudo, certamente, mas o que quer dizer esse ‘tudo’? Tudo o que o próprio Nietzsche publicou, certamente. Os rascunhos de suas obras? Evidentemente. Os projetos dos aforismos? Sim. Da mesma forma as rasuras, as notas nas cadernetas? Sim. Mas quando, no interior de uma caderneta repleta de aforismos, encontra-se uma referência, a indicação de um encontro ou um endereço, uma nota de lavanderia: obra, ou não? Mas, por que não?” (FOUCAULT, 2013, p. 274).

paternidade que a história literária, o ensino, a opinião tinham, o encargo de estabelecer e de renovar a narrativa: mas no texto, de uma certa maneira, *eu desejo* o autor: tenho necessidade de sua figura (que não é nem sua representação nem sua projeção), tal como ele tem necessidade da minha (salvo no “tagarelar”) (BARTHES, 2008, p. 35).

Em suas notas para o curso no Collège de France entre 1979 e 1980, que vieram a ser reunidas no livro *A preparação do romance* (2005), Roland Barthes revisita o tema da morte do autor para tratar do “desrecalque” do autor (2005, p. 168). Assim, a volta do autor traz consigo a volta à biografia, cuja análise parte das obras de Proust e Gide, para chegar à escrita de vida, retomando a noção de *biografema*:

A experiência – a obra proustiana –, sob essa nova iluminação, introduz, diferente da biografia, a *escrita de vida*, a vida escrita (no sentido forte, transformador da palavra “escritura”), a *biografemática* (que é também, indissolivelmente, como em Proust, uma tanatografia). O princípio novo que permite essa nova escrita = a divisão, a fragmentação, ou até mesmo a pulverização do sujeito (BARTHES, 2005, p. 172).

Quase 30 anos depois de ser proferida no Collège de France, a conferência de Foucault dá sequência a um novo e significativo capítulo: para a mesma Société Française de Philosophie, no mesmo Collège de France, o historiador Roger Chartier, ocupante da cátedra Écrit et cultures dans l’Europe moderne nessa instituição de ensino, ministra a conferência “O que é um autor? Revisão de uma genealogia”, publicada originalmente no *Bulletin de la Société Française de Philosophie*. Sua proposta, na ocasião, era realizar “uma pesquisa histórica retrospectiva, do século XVIII ao XIV<sup>53</sup>, com o objetivo de revisar algumas respostas que o próprio Foucault dera à questão que ele mesmo havia formulado e a qual nos legou: O que é um autor?” (CHARTIER, 2012, p. 26).

O ponto de partida é, evidentemente, a noção de *função autor*, em seu caráter de função variável e complexa que atribui ou exclui discursos, garantindo unidade e coerência a uma única identidade. A decorrência desse procedimento é, como vimos, o afastamento entre nome do autor e indivíduo real. Com relação a isso, Chartier acredita que o texto intitulado “Borges e eu”, do ficcionista argentino Jorge Luis Borges, teria sido útil a Foucault na tentativa de demonstrar a separação entre autor e sujeito empírico, por meio da distinção que se faz entre o Eu que narra a história e o outro, Borges, a construção autoral. Percebe-se aí, de acordo com o historiador francês, não apenas um jogo entre autor e ator, referindo-se à construção de uma figura de autor em que, por meio de uma

---

<sup>53</sup> Naturalmente, em decorrência de um possível erro na transcrição ou na tradução, trata-se do século XVIII ao XIX.

necessidade da função, o sujeito se torna ator dele mesmo, mas também o aprisionamento pela função autor, do qual o Eu não pode escapar.

O texto de Borges ainda revela, de acordo com a argumentação de Chartier, a dimensão metafísica, ontológica, que não podemos realizar a partir de nossas categorias analíticas. Passo a citar o trecho em análise: “Mas eu, eu devo perseverar em Borges, não em mim (se é que sou alguém). No entanto, eu me reconheço menos nesses livros do que em muitos outros, ou do que no toque cuidadoso de um violão” (BORGES apud CHARTIER, 2012, p. 35). Com foco ajustado para a frase “se é que sou alguém”, o historiador crê que a função autor não possa ser pensada como uma função discursiva, mas sim “como o que dá existência a uma ausência essencial” (CHARTIER, 2012, p. 35).

Em seguida, a partir do texto de Foucault, Chartier desenvolve outro tópico: a questão da cronologia. Na conferência de 1969, a inscrição da função autor no sistema de propriedade característico das sociedades dos últimos séculos teria ocorrido entre o fim do século XVIII e início do XIX. Foucault também indicou, porém, que haveria uma ligação entre a função autor e o sistema de censura que poderia, enfim, puni-lo. Na verdade, o poder de vigiar e punir autores, de acordo com a análise de Chartier, remonta aos séculos XVI e XVII. Outro recuo também ocorre com relação à emergência do conceito de propriedade: enquanto Foucault aponta para o fim do século XVIII, o historiador francês assinala o início do mesmo século, após o estabelecimento de regras para a publicação de textos na Inglaterra da Rainha Ana.

Já em 2005, a conferência de Foucault volta a ser tema de reflexão sob o ponto de vista de outro eminente pensador contemporâneo, Giorgio Agamben, no ensaio “O autor como gesto”, incluído na coletânea *Profanações*, que foi publicada no Brasil dois anos depois. Ao retornar ao trecho de Beckett citado por Foucault (“O que importa quem fala, alguém disse, o que importa quem fala”<sup>54</sup>), Agamben percebe uma aparente contradição, que seria o tema secreto da conferência de 1969: mesmo permanecendo anônimo, há um *alguém* que proferiu a sentença beckettiana, “alguém sem o qual a tese, que nega a importância de quem fala, não teria podido ser formulada. O mesmo gesto que nega qualquer relevância à identidade do autor afirma, no entanto, a sua irredutível

---

<sup>54</sup> Há uma pequena, porém significativa, diferença entre as traduções do trecho original em francês: “Qu’importe qui parle, quelqu’un a dit qu’importe qui parle”. Na tradução da obra de Foucault para o português, Inês Autran Dourado Barbosa optou por “Que importa quem fala, alguém disse que importa quem fala” (FOUCAULT, 2013, p. 271-272). Este excerto coincide com o da tradução portuguesa realizada por Maria Jorge Vilar de Figueiredo para a obra *Novelas e textos para nada* (Assírio & Alvin, 2006). Já a versão apresentada no texto de Agamben segue tradução de Eloisa Araújo Ribeiro para *Textos para textos*, de Samuel Beckett, publicado em 2015 pela Cosac Naify.

necessidade” (AGAMBEN, 2007, p. 55). Embora deixe de lado a instância do autor como indivíduo real para se concentrar nas manifestações da função autor na sociedade, Foucault demonstrou consciência dessa aparente aporia de presença-ausência (uma vez que existe um sujeito que escreve, mas que se manifesta única e singularmente por meio de sua ausência), como sinaliza Agamben, por exemplo, na resposta de Foucault, na ocasião de sua conferência, a Lucien Goldmann, quando diz que observar como se exerce a função autor não é o mesmo que dizer que o autor não existe, conforme foi anteriormente citado – e poderíamos também incluir aqui a menção à função autor em *A ordem do discurso*.

Para demonstrar um momento em que se percebe a “ilegibilidade do sujeito”, Agamben pinça da obra de Foucault o texto “A vida dos homens infames”, que ocuparia o espaço de prefácio a uma antologia de materiais como documentos de arquivo e registros de internação. Nesse texto são percebidas existências humanas das quais não teríamos nenhuma informação se não houvesse, em certo momento de suas vidas, um encontro com o poder, que as marcou como infames. Os registros, dessa maneira, apenas intentam marcar de infâmia esses sujeitos, sem o desejo de conhecê-los ou apresentá-los. Agamben vê nesses documentos certa semelhança com a relação de presença-ausência do autor: “o gesto com o qual foram fixadas [as vidas dos infames] parece subtraí-las para sempre de toda possível apresentação, como se elas comparecessem na linguagem apenas sob a condição de continuarem absolutamente inexpressas” (AGAMBEN, 2007, p. 59). Esse gesto é, portanto, “o que continua inexpressão em cada ato de expressão” (AGAMBEN, 2007, p. 59), e a presença em um texto se dá apenas como um gesto.

Outro dado parece não escapar da peneira de Agamben sobre o texto de Foucault. O pensador italiano recolhe de um longo trecho do texto do francês a seguinte frase: “Vidas reais foram ‘postas em jogo’ (*jouées*) [...] (FOUCAULT apud AGAMBEN, 2007, p. 59). Tal expressão (do francês *mises en jeu*) revela uma ambiguidade, “não tanto porque *jouer* também tem um significado teatral (a frase poderia significar também ‘foram colocadas em cena, recitadas’), mas porque, no texto, o agente, quem pôs em jogo as vidas, fica intencionalmente na sombra” (AGAMBEN, 2007, p. 60). Sob essa perspectiva, “o autor marca o ponto em que uma vida foi jogada na obra. Jogada, não expressa; jogada, não realizada. Por isso, o autor nada pode fazer além de continuar, na obra, não realizado e não dito. Ele é o ilegível que torna possível a leitura, o vazio lendário de que procedem a escritura e o discurso” (AGAMBEN, 2007, p. 61). Em outras palavras, para Agamben, é exatamente esse gesto de ilegibilidade que permite a existência da obra. Ainda que o



leitor venha a ocupar o vazio deixado pelo autor, ele também será posto em jogo no texto, de modo que testemunhará essa lacuna, cujo papel é balizar os limites para além dos quais a interpretação não pode ir, sob o risco de tentar reconstruir a figura do autor através da obra e/ou ver no gesto do autor a chave que determina a leitura.

Ao cabo do texto, Agamben julga menos enigmática a aporia de Foucault ao constatar que o sujeito, tal como o autor e os homens infames, não pode ser alcançado de forma direta, em sua substância e presença, em um certo lugar; “ele é o que resulta do encontro e do corpo-a-corpo com os dispositivos em que foi posto – se pôs – em jogo” (AGAMBEN, 2007, p. 63), sendo a própria escritura também um desses dispositivos.

Nesse panorama das três conhecidas excursões sobre a função autor podemos observar alguns aspectos – e, para tanto, chamo ao debate a professora e pesquisadora Fabíola Padilha, autora do ensaio “Agamben e Chartier, leitores de Foucault: um retorno ao autor” (2014). Nesse texto, as três abordagens são postas em jogo, apontando-se, em especial, um problema comum: a presença-ausência do indivíduo real. Apesar das breves considerações sobre a empiria (lembremos, por exemplo, da resposta a Lucien Goldmann), “é possível compreender a necessidade talvez de um posicionamento mais incisivo no sentido de afastamento da empiria tanto do Autor quanto do Sujeito” (PADILHA, 2014, p. 26), não perdendo de vista que, naquele momento, ainda vigorava a batalha travada contra a figura soberana e absoluta do autor. Já os textos posteriores, pertencentes a contextos completamente distintos do primeiro – sublinhe-se, as revisões ocorreram três décadas depois –, devem ser analisados em outra clave.

Ainda que reconheça a insuficiência da função autor para os nossos dias, o argumento de Chartier lança, com base no texto “Borges e Eu”, a conflituosa relação entre autor, indivíduo e escrita para a dimensão metafísica, “arremessando-a dessa forma para longe do problema da função autor perturbada pela empiria, uma vez que nossa indigência analítica seria capaz de enfrentar as categorias abstratas, desde que não tivessem a incômoda intromissão da materialidade da vida” (PADILHA, 2014, p. 33). Aqui, a pesquisadora observou que Chartier se esquivou do problema da empiria, desconsiderando em sua análise a última frase do texto de Borges – “Não sei qual dos dois escreve esta página” (BORGES apud PADILHA, 2014, p. 33) –, na qual o abismo que afasta autor e indivíduo real é embaçado.

Partindo para o ensaio de Agamben, associar o gesto do autor em seu texto à vida dos infames também causa estranhamento devido às imensas e inumeráveis diferenças entre o século XVIII e a contemporaneidade (e o próprio Foucault em sua conferência

mencionara as particularidades da função autor naquele período, quando ainda se constituía). Conforme mencionado anteriormente, a análise de Foucault frisa que a vida dos infames só chegou até nós porque um dia esses indivíduos cruzaram com o poder. Assim, “suas biografias são biografias não autorizadas” (PADILHA, 2014, p. 28), o que os distingue sobremaneira do autor contemporâneo (cujo *status* tem sido alçado à categoria de mito).

Na esteira do ensaio de Fabíola, penso que devemos pensar para além da função autor. Como hoje a participação e a intervenção desse autor em sua obra excede – e muito – à própria escrita, seu gesto é o de se imiscuir naquele ponto em que uma vida foi jogada na obra, para usar os termos de Agamben. Isso me leva a concordar que,

Para além ou para aquém de seu caráter funcional, talvez fosse necessário pensar atualmente a categoria autor, computando, de um lado, os efeitos dos holofotes que o alvejam, transformando-o em instantânea celebridade, e, de outro lado, as artimanhas de sua loquacidade dentro e fora da escrita, surpreendendo aí o modo como ele intervém no jogo, arbitrando suas regras e acatando outras tantas que lhe são impostas às quais, muitas vezes, com maior ou menor esforço, ele pode, quem sabe, vir a ceder (PADILHA, 2014, p. 28).

Sob certo ponto de vista, seria possível até mesmo dizer que a vida do autor permanece jogada. Essa passividade, porém, não mais se configura da forma como apontaram Foucault, Chartier e Agamben, com a empiria sendo minimizada (ou apagada), embora sua existência não fosse negada. Com o estabelecimento do cenário editorial ao longo do século XX, essa própria intervenção do autor no jogo da escrita se tornou um gesto necessário enquanto ato de efeito mercadológico (e poderíamos até mesmo cogitar: se não fosse interessante para o mercado, a imagem do autor seria tão presente como se faz hoje?). A vida do autor se joga, portanto, porque se faz produto – ou, em outras palavras, se joga de acordo com as regras do jogo.

O movimento intelectual (e não mercadológico) de “morte do autor”, sabemos, foi muito mais um simbólico, embora necessário, *reposicionamento* do que exatamente um *desaparecimento*. Prova disso é o aquecimento das pesquisas sobre as autobiografias já ao final da década de 1970 com a publicação de *O pacto autobiográfico* (1975), de Philippe Lejeune, e a posterior réplica de Serge Doubrovsky, em seu romance *Fils* (1977), com a ascensão do novo e polêmico termo *autoficção*<sup>55</sup>. Embora tímido nas duas décadas

---

<sup>55</sup> A réplica foi por conta da impossibilidade, para Lejeune, de coincidência entre nome de autor e personagem quando se trata de um pacto romanesco (que se difere do pacto autobiográfico, voltado às autobiografias), ou seja, no campo da ficção. Doubrovsky, então, publicou *Fils*, cujo protagonista tem o mesmo nome do autor, e para essa obra cunhou o termo *autoficção*: “Autobiografia? Não, isto é um privilégio reservado aos importantes deste mundo, no crepúsculo de suas vidas, e em belo estilo. Ficção, de

seguintes, o tema da autobiografia ganhou novas proporções ao desembarcar em terras latino-americanas e se associar aos exponenciais estudos de escritas autobiográficas e/ou testemunhais<sup>56</sup> (em grande parte como vozes que se impunham contra o silenciamento dos regimes de ditadura).

Embora o movimento das escritas autobiográficas, crescente a partir da década de 1970, marque a utilização do termo “retorno do autor”, que ganhou força entre críticos e teóricos, em especial, no Brasil, nos últimos anos – obviamente, não se trata de um retorno do autor que imperava sobre o sentido de seu texto, mas melhor seria empreender um “*retorno ao autor*” (PADILHA, 2014, p. 26) –, o processo de *midiatização* do autor no campo do mercado não sofreu abalos no mesmo período. Isso quer dizer que, em suma, a “morte do autor”, quando e se colocada em prática, restringiu-se a um período muito datado e especificamente praticado no *métier* intelectual. O mercado, porém, permanecia efetuando francos investimentos na imagem dos autores – principalmente se pensarmos que entre as décadas de 1960 e 1980, no Brasil, permaneciam vivos alguns dos grandes nomes do cânone literário nacional do século XX, como Carlos Drummond de Andrade, Clarice Lispector e João Guimarães Rosa, para nos restringirmos a pelo menos três aos quais, se podemos dizer, se associam mitos de grande força. É possível constatar, portanto, que a transformação do autor em celebridade (ou em mito) tem muito mais a ver com um processo de evolução das táticas e técnicas de mercado e publicidade do que necessariamente com o pensamento literário, filosófico, teórico, reflexivo, enfim, acadêmico – embora, como pretendo demonstrar, a academia também tenha seu quinhão de contribuição para esse estado de coisas.

Esse fato parece ser notado por Barthes: “O *autor* ainda reina nos manuais de história literária, nas biografias de escritores, nas entrevistas dos periódicos e na própria consciência dos literatos, ciosos por juntar, graças ao seu diário íntimo, a pessoa e a obra” (BARTHES, 2004, p. 58). Lembremos também que Foucault reforçava que pensar sobre a função autor não significa “dizer que o autor não existe” (FOUCAULT, 2001, p. 294). O movimento de morte do autor, similar ao da morte do homem ou da morte de Deus,

---

acontecimentos e fatos estritamente reais; se se quiser, autoficção, por ter confiado a linguagem de uma aventura à aventura da linguagem, fora da sabedoria e fora da sintaxe do romance, tradicional ou novo. Encontro, fios de palavras, aliteraões, assonâncias, dissonâncias, escrita de antes ou de depois da literatura, concreta, como se diz em música. Ou ainda: autoficção, pacientemente onanista, que espera agora compartilhar seu prazer” (DOUBROVSKY, 2001, p. 10; tradução de Eurídice Figueiredo).

<sup>56</sup> Cf., p. ex., SELIGMANN-SILVA, Márcio. Literatura, testemunho e tragédia: pensando algumas diferenças. In: \_\_\_\_\_. *O local da diferença: ensaios sobre memória, arte, literatura e tradução*. São Paulo: Ed. 34, 2005. p. 81-104.

ocorridos do século XIX para o XX, busca mostrar as regras com as quais se formou a noção de autor. Se a notícia da morte do autor propagou-se, ainda que por um determinado período, entre os críticos e teóricos da literatura, o autor permanecia em evidência fora dos círculos intelectualizados.

O interesse pela vida do sujeito, que apareceu nos últimos séculos mais em (auto)biografias, memórias, diários íntimos, correspondências etc., como nos conta Leonor Arfuch em seu *O espaço biográfico* (2010), tem se espalhado nas últimas décadas por variadíssimas formas e gêneros, dos *blogs* aos *reality shows* – constituindo um espaço biográfico “como horizonte de inteligibilidade e não como mera somatória de gêneros já conformados em outro lugar” (ARFUCH, 2010, p. 16). A vida, portanto, tornou-se um núcleo temático importante na mídia contemporânea.

Se considerarmos que no Romantismo, como anteriormente mencionado, “se instaurou essa relação espontânea, direta e necessária entre a personalidade do artista e sua obra, já no final do século XIX esta última começou a ser claramente preterida” (SIBILIA, 2008, p. 165). Isso nos leva a crer que, se Barthes falava em 1968 que “o nascimento do leitor deve pagar-se com a morte do Autor”, no cenário contemporâneo, “é esse magnífico leitor quem parece agonizar. E em uma contrapartida não isenta de ironia, o mito do autor ressuscita com todos seus ímpetos” (SIBILIA, 2008, p. 165).

O quadro, portanto, parece paradoxal: por um lado, temos uma operação massiva de exploração da imagem do autor – e isso rende bons frutos em vendas há tempos, uma vez que os índices crescem anualmente<sup>57</sup> –; de outro, os leitores parecem estar mais interessados na figura do próprio autor do que exatamente em sua literatura (embora esse interesse pelo autor leve de fato o público a comprar as obras). Observando tal cenário, devemos considerar *se* “essa hipertrofia da figura do autor estilizada na mídia, que empurra a obra para um segundo plano e chega até a justificar a sua ausência – colocando sua personalidade e sua vida privada no mais óbvio primeiro plano – provavelmente está indicando uma nova modulação da função-autor” (SIBILIA, 2008, p. 165).

---

<sup>57</sup> Comparativamente com 2015, o mercado editorial, no ano de 2016, iniciou com estatísticas de vendas melhores, mas sofreu uma desaceleração nos meses seguintes. Os números, porém, requerem a consideração de que, no último ano, a venda de livros de colorir promoveu estatísticas desproporcionais. Se removidos tais livros do balanço de vendas de 2015, veremos que, no mês de junho de 2016, houve uma variação de -7,89% no volume de vendas e apenas -1,10% no valor arrecadado. Levando em consideração a redução de crescimento nos demais setores, poderemos observar que o mercado editorial foi afetado em menor nível pela propalada crise político-econômica. Em outras palavras, *apesar da crise*, o consumo de livros, ainda alto, não deixou de fazer parte do cotidiano no país. Os dados são extraídos do “Painel das vendas de livros no Brasil”, promovido pelo instituto de pesquisa Nielsen, em parceria com o Sindicato Nacional de Editores de Livros, isto é, os dados são das próprias editoras. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/levantamento-mensal/>>. Acesso em: 12 maio 2016, 13h30.

Além disso, também não se pode deixar de dizer, não sem a dose de ironia inserida por Sibília, que, mais que superada a morte do autor, “com boa parte da parafernália midiática voltada para a estetização da personalidade artística, a figura do autor parece estar mais viva e exaltada do que nunca” (SIBILIA, 2008, p. 157). Na verdade, retomo o que disse há pouco: o mercado e a mídia jamais deram o autor como morto; pelo contrário – e ainda que fisicamente ele não esteja vivo, publicações e comemorações *post-mortem* autorais geram comoção e atração do público (e, consequentemente, vendas).

Com tal panorama, não é difícil concluir que, ao menos do ponto de vista editorial, há um interesse maior em *vender* livros do que em *fazer ler* livros. Para o aumento da vendagem, a estratégia encontrada pelo mercado foi surfar na onda contemporânea do interesse pela vida privada – e do desejo pelo *real*, pelo *ao vivo*, pelo *aconteceu de verdade* –, potencializando, com isso, o fascínio pelo autor com base em sua história, sua biografia e, em especial, em suas *performances*, nas aparições em entrevistas, conferências, programas televisivos, jornais, *Facebook* etc. – por conseguinte, resultando maquinalmente numa proliferação de *mitos do autor*.

O que faz diferir tamanho interesse pela vida particular do autor daquele interesse pela vida das celebridades, visto pelos eruditos como fútil e alienado? As filas para autógrafo, as fotos, os *selfies*, os auditórios cheios e as repercussões nas redes sociais põem o autor em pé de igualdade com os famosos da grande mídia (com suas revistas e seus programas especializados em notícias sobre a vida alheia). A máquina é a mesma, os mecanismos são os mesmos.

Como corolário, eleva-se ao extremo a figura do “escritor em férias” apontada por Barthes. O autor torna-se um ser divino, dotado de uma característica humana *sui generis* que, acima de “ser o senhor das palavras”, é nada mais, nada menos que *ser autor*. Isso quer dizer que, em geral, não é mais tanto a capacidade de escrever obras-primas que faz do autor um morador do panteão dos deuses – e ele sabe que vende mais do que é lido, ou seja, não há uma relação proporcional entre vendas e número de leitores efetivos.

O que o coloca nessa posição privilegiada tem muito mais a ver com uma *grife*, definida e estabelecida por padrões de mercado, que atrai a atenção do público – *e não necessariamente um público leitor* – como um produto estampado com os nomes *Nike*, *Adidas*, *Calvin Klein* ou *Lacoste* (ainda que não sejam produtos necessariamente fabricados por essas empresas) atrai compradores. Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, no conhecido ensaio “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas”, incluído em *Dialética do esclarecimento*, ressaltam que o

interesse da indústria cultural é a permanência de modelos de produção: “O que é novo na fase da cultura de massas em comparação com a fase do liberalismo avançado é a exclusão do novo. A máquina gira sem sair do lugar. Ao mesmo tempo que já determina o consumo, ela descarta o que ainda não foi experimentado porque é um risco” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 111). O público geral consumidor de livros está tão interessado no conteúdo da obra quanto um consumidor das grandes marcas está interessado na procedência do algodão que compõe sua roupa: “O fato de que suas [da indústria cultural] inovações características não passem de aperfeiçoamento da produção em massa não é exterior ao sistema. É com razão que o interesse de inúmeros consumidores se prende à técnica, não aos conteúdos teimosamente repetidos, ociosos e já em parte abandonados” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 112). É só notarmos, por exemplo, que, embora o mercado editorial apresente nas últimas décadas um crescimento vertiginoso, o que indicaria que o número de consumidores de livro tem crescido, impera na sociedade, e principalmente no discurso pedagógico, a afirmação de que as pessoas não leem e de que é preciso a criação de políticas que incentivem tal prática.

A pesquisa intitulada Retratos da leitura no Brasil<sup>58</sup>, por exemplo, no ano de 2016, em sua 4ª edição, expôs alguns números do setor editorial. Em primeiro lugar, estima-se que 56% da população brasileira é leitora<sup>59</sup>, numa média de leitura de 4,96 livros por habitante/ano. Os números também apontam, por outro lado, que 30% da população brasileira nunca comprou um livro. Se por um lado os dados apresentados pela pesquisa comprovam o discurso de incentivo à leitura, por outro, não podemos desconsiderar que ela é demandada e financiada pelo Instituto Pró-Livro, que se constitui por organizações diretamente ligadas ao mercado editorial: Associação Brasileira de Editores de Livros Escolares (Abrelivros), Câmara Brasileira do Livro (CBL) e Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), cujas gestões estão sob responsabilidade das editoras nacionais. Isso significa que a imagem detalhadamente demonstrada de que ainda se lê pouco e se compra poucos livros é de interesse imediato dos financiadores, uma vez que as políticas nacionais de incentivo à leitura representam um maior consumo de seus produtos.

---

<sup>58</sup> Realizada pelo Ibope por encomenda do Instituto Pró-Livro. Dados da pesquisa disponíveis em: <[http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2016/06/Pesquisa\\_Retratos\\_da\\_Leitura\\_no\\_Brasil\\_-\\_4.pdf](http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2016/06/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_4.pdf)>. Acesso em: 23 jun. 2016, 15h30.

<sup>59</sup> A pesquisa considera o perfil de leitor aquele que leu, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses.

Um reflexo dessa transformação do livro em objeto exponencial de venda é o que podemos chamar de *literatura de supermercado*. Não é raro, nas principais lojas desse tipo de rede, nos depararmos com uma banca de livros no meio do caminho, entre as seções. Não é um fato minimamente espantoso que os livros deixem de ser produtos típicos de livrarias para serem vendidos ao lado de, por exemplo, sabão em pó? O que isso nos diz? Num primeiro momento, nos diz que a relação com o consumidor (e mais consumidor que leitor) mudou. Não imagino, quero acreditar, que seja comum que pessoas saiam de suas casas para comprarem livros *no supermercado* – e talvez, mais tarde, isso se torne de fato comum. Penso que, por isso, não há uma repartição específica para esses produtos – eles se localizam entre as seções para exatamente chamarem a atenção por estarem ali (afinal, não se espera que aquele seja o ambiente de exposição de livros). Num lugar especial em que *produto, marca e local de exposição* têm importantes significados, não nos surpreende que as *grifes* da literatura ganhem espaço – e isso não promove uma dessacralização do livro (ao inseri-lo num espaço sem a pompa de livrarias e bibliotecas), mas a busca por novos territórios de venda. Um efeito similar pode ser notado na profusão de livrarias nos *shoppings*, outro símbolo do consumismo no qual a noção de *grife* é presente. E, assim, vão sendo comprados, vendidos – seriam consumidos? Trata-se, pois, de uma ação estratégica para elevação de vendas. Se tais bancas são atualmente comuns – bem como são comuns as livrarias nos *shoppings* –, é sinal de que estão alcançando seus objetivos.

Para retomarmos a discussão de Eliade, tal aspecto ritualístico do culto ao autor e às grandes marcas, revelando um comportamento mítico contemporâneo, faz com que aqueles que partilham dessa pseudoliturgia (usam seus símbolos, comparecem às suas cerimônias) se sintam como *iniciados* – levando, como outro ponto de consequência, muitos a desejarem participar desse seleto clube. Embora os mitos na atualidade sejam, em sua grande maioria, seculares, nem sempre eles são *dessacralizados* (são sagrados num sentido de objeto cultural e de veneração).

Sobre esse poder de influência dos mitos, em especial no mundo contemporâneo, Raphael Patai levanta a questão: “Que é o que dá ao mito o extraordinário poder de influir em nossas vidas?” (PATAI, 1974, p. 16). Patai aponta a crença como um elemento fundamental, isto é, é necessário acreditar na verdade que o mito afirma. E por que motivo isso ainda ocorre? Quero crer que se deva ao fato de haver uma força que, como pensa Barthes, transforma História em Natureza. Nesse caso, o mito faz com que a intenção histórica (da classe burguesa, diria Barthes) seja tomada como natural, *ainda que essa*

*enganação seja revelada*. Em outras palavras: mesmo que saibam que os altos preços das grifes se devam mais ao *valor atribuído* ao produto do que exatamente ao seu *custo de produção*, as pessoas não deixam de consumi-lo – aliás, o efeito pode ser até mesmo contrário, fortalecendo o desejo de consumo e de fazer parte desse grupo restrito de *iniciados*.

O mesmo parece ocorrer com o mito do autor. Comungar da vida particular dessa deidade é sentir-se em contato direto com um mito, aproximando uma nobreza quase inatingível de gestos completamente cotidianos e até mesmo banais (gostos, preferências pessoais, intimidades várias, minúcias do dia a dia) – tal como se constituíam os mitos dos deuses gregos, com seus defeitos e suas qualidades, suas virtudes e suas fraquezas, seus ódios e suas paixões, tão parecidos com os próprios humanos, mas tão distantes do mundo mortal. Ao transformar essa construção autoral em algo natural, seguindo o pensamento de Barthes, perde-se também a noção foucaultiana de função autor, uma vez que se torna uma enganação, deixando-se de perceber que tanto a sua *performance* quanto sua imagem são elaboradas com o propósito de *parecer/atuar* como autor. É uma encenação, e, por conseguinte, não natural, que não depende apenas do próprio autor (e muitas vezes prescinde até mesmo de seus esforços), mas também de uma conjuntura mercadológica que o ponha sob os holofotes.

Por outro lado, ainda que se reconheça a não naturalidade do mito, como o meio intelectual busca fazer, isso não reduz a sua atuação – pelo contrário, como já afirmava Barthes. A desmitificação, aliás, acaba resultando em seu oposto, reforçando o mito, como tem ocorrido com a relação entre autor e universidade. Se o mercado editorial representa uma força à parte, sobrevivendo sem a chancela acadêmica (como não notar, por exemplo, que os mais vendidos são na maioria das vezes os menos valorizados, por distintos motivos, entre estudantes, professores e pesquisadores, como a literatura de massa/*best seller*, os livros de autoajuda e a literatura infantil?), a construção dos mitos não sofre abalos com a crítica especializada. Na verdade, tanto a depreciação quanto o elogio contribuem para pôr o autor ainda mais em evidência – e, lembremos, os livros frequentemente são vendidos não pelo conteúdo, mas porque, especialmente, *se fala* do autor. Portanto, ainda que na última década tenha havido um esforço de alguns pesquisadores para demonstrar os mecanismos e as intenções por trás da construção do autor (e da construção do mito do autor), tal proliferação de artigos (por exemplo, sobre as escritas de si) acabou por contribuir para justamente reforçar o mito – há, portanto, uma publicidade gratuita e não intencional. Se, como lembra Raphael Patai, “a verdade do



mito requer repetição para poder produzir impacto sobre o seu público” (PATAI, 1974, p. 14), a academia tem fatalmente contribuído para o reforço do mito do autor. Resta-nos, pois, lançar um olhar mais atento às formas como mercado e academia têm (re)criado e multiplicado esses mitos, quais são suas consequências e a que ou a quem isso tem servido.

### 3 O MITO DO EGO

De início, observemos a notícia a seguir:

/ notícias

02/11/09 - 16h43 - Atualizado em 02/11/09 - 17h03

## Chico Buarque compra baguetes para o lanche da tarde

O cantor e compositor desfilou de bermuda, camiseta e chinelos pelas ruas do Leblon, Zona Sul do Rio

Do EGO, no Rio

Tamanho da  
letra

A- A+

Na tarde de sol desta segunda-feira, 2, o cantor e compositor **Chico Buarque** trocou a sua tradicional caminhada pela orla do Leblon, na Zona Sul do Rio, por uma ida até a padaria perto de sua casa. Chico comprou duas baguetes para o lanchinho da tarde.



Chico Buarque: pães para o lanche da tarde

O portal responsável pela matéria possui um nome sugestivo: *Ego*, pertencente ao Grupo Globo, o gigante conglomerado de mídia e telecomunicações, do qual fazem parte dezenas de empresas cujos produtos são canais de televisão e de rádio, jornais, revistas, gravadoras, distribuidoras etc. Dentre as empresas do grupo faz parte a Rede Globo, que figura entre as maiores emissoras de televisão do mundo. Devido ao tamanho e ao poder desse império sobre as telecomunicações, torna-se improvável nos desvencilharmos de seu campo de atuação quando falamos de midiatização do sujeito.

O *Ego* é um portal em que são veiculadas notícias sobre celebridades brasileiras e internacionais. Seu título, portanto, resume bem seus propósitos: o foco no Eu<sup>60</sup> (do latim *ego*), a superexposição do sujeito. Não é sua intenção noticiar eventos relevantes de figuras proeminentes das classes artísticas brasileiras, mas sim expor o cotidiano de sujeitos que de alguma forma atraem a atenção do público. Assim, viram manchete toda sorte de atividades rotineiras de músicos, atores, apresentadores, esportistas, participantes de *reality show*, herdeiros e familiares de famosos, por exemplo. A frequência com que este e outros *sites* publicam materiais de relevância questionável a respeito do dia a dia de determinados sujeitos tornou-se motivo de troca na internet<sup>61</sup>. Uma das ações de zombaria foi a criação do *site Ego Estagiário*, que produz manchetes humorísticas a partir de fotos de celebridades coletadas do *Ego*. Outra tem sido a apropriação desse tipo de notícia vinculada a celebridades como marcos irônicos da atuação do jornalismo sensacionalista. Como exemplo temos o *site* de nome justamente *Sensacionalista*, cujo objetivo é criar manchetes de evidente exagero para produção de conteúdo humorístico. O *site* publicou recentemente a matéria “10 manchetes inúteis para comemorar os 5 anos de Caetano estacionando carro no Leblon”<sup>62</sup>, referente ao conteúdo a seguir:

---

<sup>60</sup> Cabe lembrar, também, que, na teoria psicanalítica desenvolvida por Sigmund Freud, o Ego compõe, junto com o Id e o Superego, o modelo triádico que opera no aparelho psíquico. É a ação do Ego, sob o instinto de autopreservação, a partir da interação com o mundo externo, que substitui o princípio de prazer do Id pelo princípio de realidade, como Freud já alertava em *Além do princípio de prazer* (FREUD, 1996, p. 7), e que será detalhado em *O Ego e o Id*.

<sup>61</sup> O *Jornal do Brasil*, por exemplo, noticiou a paródia da canção “Construção”, de Chico Buarque, como resultado da manchete “Chico Buarque compra baguetes para o lanche da tarde”, cujos versos foram sendo adaptados nos comentários dos usuários do *Facebook*: “Comprou sua baguete como se fosse a última / Entrou na padaria como se fosse a única / E andou na fila do pão com o seu passo tímido / Andou pelo Leblon como se fosse máquina / Por essa baguete pra comer por esse chão pra dormir / Seus olhos embotados de massa de pão e lágrimas”. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/cultura/noticias/2015/06/10/chico-buarque-compra-baguetes-internautas-brincam-e-fazem-parodia/>>. Acesso em 24 mar. 2016, 15h18.

<sup>62</sup> Disponível em: <<http://www.sensacionalista.com.br/2016/03/10/10-manchetes-inuteis-para-comemorar-os-5-anos-de-caetano-estacionando-carro-no-leblon>>. Acesso em: 24 mar. 2016, 16h.

FAMOSOS

## Caetano estaciona carro no Leblon nesta quinta-feira



Caetano Veloso se prepara para atravessar uma rua do Leblon

Foto: Fausto Candelaria / AgNews

Impressiona, naturalmente, que tal fato seja relevante o suficiente para resultar num trabalho jornalístico que se resume à manchete “Caetano estaciona carro no Leblon nesta quinta-feira”, acompanhada de uma foto do artista de corpo inteiro e do rodapé-arremate: “Caetano Veloso se prepara para atravessar uma rua do Leblon”<sup>63</sup>. Em “comemoração” aos cinco anos dessa notícia, o *Sensacionalista* trouxe ao público outras manchetes de semelhante teor, publicadas em portais como *Ego* e *Terra*: “Emanuelle Araújo Atravessa a rua concentrada”, “Nana Gouvêa corre na orla da [sic] Rio vestida de Seu Madruga”, “Thor Batista exhibe marcas de suor em passeio com namorada no Rio”, “Sheron Menezes ‘socorre’ casaco de amigo que caiu no chão molhado”, “Carolina Dieckmann escolhe esmaltes no Leblon”, “Caetano Veloso curte sol em varanda de hotel na Bélgica”, “Grazi Massafera deixa a academia de celular na mão”, “Caetano Veloso é flagrado em supermercado” e, além destas, “Chico Buarque compra baguetes para o lanche da tarde”.

Por que determinados sujeitos realizando ações tão triviais se tornam alvo de notícias na mídia? O mais simples seria dizer: porque são celebridades. Mas como definir o que são celebridades? O dicionário<sup>64</sup> nos diz: “1 Qualidade do que é célebre. 2 Grande fama. 3 Pessoa célebre. 4 Coisa célebre. 5 Notoriedade”. A etimologia nos diz: multidão, celebração, fama, renome (*celebritas*) ou muito frequentado, populoso, festivo (*celebris*). Porém, parece haver *algo a mais* que essas palavras: há um valor simbólico. Com a ascensão da celebridade apontada para o fim do século XIX, “sua aparição torna particularmente manifesta a relação mutuamente implicada entre lei de mercado e modelização como desejo identificatório – e consumista –, em que as pessoas investidas desse valor passam a adquirir categoria de símbolos” (ARFUCH, 2010, p. 154).

Para ir além, lembremos que esse valor simbólico eleva, em maior ou menor grau, a figura da celebridade à categoria de mito. À primeira vista, nas imagens anteriormente elencadas, teríamos dois *significados*: um homem compra baguetes / um homem aguarda para atravessar a rua. Esses dois homens, porém, são rostos bastante conhecidos do público brasileiro: Chico Buarque e Caetano Veloso. Podemos atribuir o mesmo significado, somente indicando os nomes às ações correspondentes? Não creio que o sentido seja o mesmo: há algo a mais. Na fala mítica, poder-se-ia concluir: *apesar de serem celebridades/deuses/gênios/sobre-humanos*, Chico Buarque e Caetano Veloso

<sup>63</sup> Disponível em: <<http://diversao.terra.com.br/gente/caetano-estaciona-carro-no-leblon-nesta-quinta-feira,41d3399ae915a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 24 mar. 2016, 16h31.

<sup>64</sup> *Dicionário Michaelis*. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br>>. Acesso em: 23 mar. 2016, 9h32.

também realizam atividades comuns/corriqueiras/ordinárias/humanas. Chico Buarque preparará tão-somente um reles *lanche da tarde* (é o que se conclui a partir das baguetes em suas mãos); Caetano Veloso dirige seu próprio carro e atravessa a rua *como se fosse qualquer um* (e, depois, é *flagrado* em supermercado – i.e., flagrou-se uma deidade da música brasileira comportando-se *como uma pessoa normal*). Em 1957, Barthes recortava do *Le Figaro*: “Gide lia Bossuet descendo o congo” (BARTHES, 2012, p. 32).

Às celebridades são outorgados significados adicionais, para além das características de célebres, famosos, notórios, e é assim que se tornam *mitos*. Elas não são mais apenas celebradas por seus *feitos*, mas alcançam uma outra categoria *natural*: a de seres divinos. Entretanto, elevá-los a um patamar intocável e afastá-los de vez da raça humana geraria menos interesse do público que demonstrar o que há de *comum* entre deuses e mortais. As ações ordinárias realizadas por determinados sujeitos da sociedade atraem a atenção da mídia porque atraem a atenção do público e, conseqüentemente, geram lucro: “O paradoxo da rotina travestida de natureza pode ser notado em todas as manifestações da indústria cultural, e em muitas ele é tangível” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 106). Não se trata de uma dessacralização; pelo contrário: a mídia, de acordo com os interesses do mercado (afinal, sazonalmente, determinadas celebridades terão maior evidência que outras), contrabalanceia ações prosaicas com fatos que os levam de volta ao panteão. Após o instante em que compra baguetes para seu lanche da tarde, Chico Buarque faz *shows* (muitas vezes presenciado por outras celebridades), é homenageado em musical<sup>65</sup>, é multipremiado<sup>66</sup>, recebe elogios e é parabenizado por Caetano Veloso<sup>67</sup>. É esse jogo que faz com que, para a mídia, a imagem e a vida do artista sejam tão valiosas quanto seu produto. Como lembram Adorno e Horkheimer em *Dialética do esclarecimento*, “As particularidades do eu são mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, que se fazem passar por algo de natural” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 128).

As estratégias do mercado para *vender* vida e imagem de artistas permaneceram intactas à reconfiguração do estatuto da subjetividade a partir de fins do século XIX.

<sup>65</sup> Disponível em: <<http://ego.globo.com/noite/noticia/2014/01/estreia-de-musical-sobre-chico-buarque-e-marcada-por-famosos-na-plateia.html>>. Acesso em: 25 mar. 2016, 11h56.

<sup>66</sup> Troféu Imprensa 1967 (Revelação do ano) e 1976 (Melhor cantor); Prêmio Jabuti 1992 (com *Estorvo*: categorias Romance e Livro do Ano/Ficção), 2004 (com *Budapeste*: categorias Romance e Livro do Ano/Ficção), 2010 (com *Leite derramado*: categorias Romance e Livro do Ano/Ficção); Grammy Latino 2002 (Melhor álbum de música popular brasileira).

<sup>67</sup> Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2013/06/caetano-veloso-parabeniza-chico-buarque-no-dia-de-seu-aniversario.html>>. Acesso em: 25 mar. 2016, 12h05.

Assim como aconteceu com a morte do Autor, *apesar* da morte do Homem, do abalo do sujeito cartesiano, sólido, uno e centrado, o sistema capitalista manteve suas máquinas operando sem sentir o efeito do tectonismo das correntes de pensamento do século XX. Para o mercado, enquanto produto rentável, a permanência do sujeito como elemento central é indispensável. O “retorno do sujeito” – do qual o “retorno do autor” é um subproduto – é uma consequência no plano do pensamento no campo das humanidades, não na lógica capitalista (da qual o sujeito nunca se afastou).

O que se nota hoje, portanto, é a pluralização dos espaços de manifestação do eu, resultando na obnubilação de fronteiras entre público e privado. A vida particular é objeto de interesse, levando o indivíduo a efetuar um duplo gesto: o de *olhar* (não sem um quê de *voyeur*) a intimidade de outrem e o de *deixar que olhem* para si. O elemento autêntico, o vivido, real, o empírico, o *aconteceu de verdade* adquiriu grande valor ao longo do século XX: “Ali, nesse registro gráfico ou audiovisual que tenta dar conta obstinadamente – cada vez mais ‘pela boca de seus protagonistas’ – do ‘isso aconteceu’, talvez seja onde se manifesta, com maior nitidez, a busca da plenitude da presença – corpo, rosto, voz – como proteção inequívoca da existência, da mítica singularidade do eu” (ARFUCH, 2010, p. 74).

Para além da biografia e da autobiografia, gêneros tradicionais de exposição da vida particular, assistimos nas últimas décadas a uma proliferação de novas formas e suportes para os discursos e as ações centrados no eu. O domínio da televisão e da *internet* encontrou nessa tendência novas e lucrativas possibilidades de atuação. Um dos principais produtos nessa linha é o *reality show*.

Ao reconstruir a peripécia vivida por e com seus “próprios protagonistas” sob a câmera, a “tevé real” nos coloca no centro do particular de um modo ainda mais radical do que a câmera secreta –, na medida em que não está mais em jogo a captura imprevista de uma imagem verídica, mas a hipótese mesma do desaparecimento de toda mediação a favor do acontecimento em estado “puro” (ARFUCH, 2010, p. 104).

A ilusão de um acontecimento em estado “puro”, sem mediação, como ressalta Arfuch, atrai o interesse mercadológico, de acordo com as considerações de Vera Follain de Figueiredo:

Nos reality shows, o formato aberto, a duração do programa ao longo do dia, confundindo-se com o tempo real, cronológico, leva o espectador a esquecer que há edição, seleção das imagens que vão ao ar. Da mesma forma, é esquecido que quem “espia” não é o espectador, é a “câmera”, isto é, o público só espia pelos olhos dos outros, daqueles que recortam o contínuo do real (FIGUEIREDO, 2014, p. 74-75).

Apesar dos enormes sucessos televisivos neste início do século XXI, o *reality show* não é um gênero recente como frequentemente se pensa. O documentário *An american Family*, que permaneceu no ar de 11 de janeiro a 29 de março de 1973 pela rede PBS, foi compilado a partir de sete meses de filmagens do cotidiano de uma família de Santa Barbara, Califórnia<sup>68</sup>, e a ele se atribui o caráter inaugural das investidas televisivas sobre a exibição do cotidiano de pessoas comuns. Pode-se apontar uma origem ainda mais distante: em 10 de agosto de 1948<sup>69</sup>, estreava o programa *Candid Camera*, que consistia em promover humor a partir de cidadãos ordinários envolvidos em situações incomuns/cômicas – similar ao que ficou conhecido no Brasil como “pegadinha”. Quando revelada a câmera escondida, havia uma frase-tema: “*Smile, you’re on Candid Camera*” (algo próximo do “Sorria, você está sendo filmado” com que nos deparamos frequentemente em locais protegidos por vídeo-vigilância).

Desde o surgimento desses *protorealities* até a atualidade, o número de *shows* baseado em situações da vida real cresceu exponencialmente. Para nos atermos ao Brasil, a primeira manifestação do gênero ocorreu com a estreia de *No limite*, na Rede Globo, em 23 de julho de 2000, com base em *Survivor*, que estreou em maio do mesmo ano nos Estados Unidos. Em resumo, a emissora levou 12 pessoas a uma praia deserta do Ceará para serem filmadas sobrevivendo a provas de resistência física e psicológica. Para o diretor do programa, J. B. de Oliveira, conhecido no meio midiático como Boninho, “Obter comida e água faz parte do jogo”. Os participantes são tratados pelo diretor como *personagens* ao serem selecionados, considerando que, “Como se trata de um produto de ‘voyeurismo’, todos teriam de ter histórias maravilhosas para contar”. Essas palavras foram retiradas de entrevista ao jornal *Estadão*, cuja manchete revela os propósitos do *show*: “Globo estreia voyeurismo na TV com ‘No Limite’”<sup>70</sup>.

Como contragolpe, sem alarde prévio, o SBT, segunda maior rede de televisão do Brasil, lançou em 28 de outubro de 2001 o programa *Casa dos artistas*<sup>71</sup>. Sua premissa não era a vida de anônimos, como em *No limite*, mas a de celebridades. Com 12 participantes confinados em uma casa vigiada por câmeras 24h por dia, sem contatos

<sup>68</sup> Mais informações disponíveis em: <<http://www.pbs.org/program/american-family>>. Acesso em: 20 mar. 2016, 7h15.

<sup>69</sup> Se consideramos outros meios de comunicação, esse programa teve origem no rádio, em 28 de junho de 1947, sob o título *The Candid Microphone*.

<sup>70</sup> Entrevista disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,globo-estreia-voyeurismo-na-tv-com-no-limite,20000723p4978>>. Acesso em: 25 mar. 2016, 15h26.

<sup>71</sup> Mais informações disponíveis em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,sbt-estreia-casa-dos-artistas,20011029p7971>>. Acesso em: 25 mar. 2016, 15h45.



externos, o modelo do *show* era o do *Big Brother*, programa criado em 1999, na Holanda, mas que ainda não havia chegado ao Brasil – embora os direitos já tivessem sido comprados pela Rede Globo quando da estreia de *Casa dos artistas*, motivo pelo qual este *show* se diferencia parcialmente do holandês.

Foi em 2002 que teve, enfim, início a saga do principal *reality show* brasileiro: o *Big Brother Brasil*. Confinados em uma casa sob vigilância ininterrupta de câmeras, os participantes (de número variado a cada edição) são pessoas comuns, que carregam consigo uma súmula de dados biográficos expostos desde o início. O interesse, entretanto, é vê-los agir por vários dias, sob diversos ângulos, em sua intimidade cotidiana, e julgar, por meio de votação pública, os que serão paulatinamente eliminados do programa, até restar um vencedor. O título, obviamente, ressoa o *Big Brother* de George Orwell, do romance *1984*. Assusta, entretanto, a naturalidade com que um programa de entretenimento se associa a uma criação da literatura cujo tema é a vigilância e controle constante da população<sup>72</sup>. No romance de Orwell, o *Big Brother* não é um elemento positivo – tampouco de entretenimento. O Grande Irmão orwelliano instaura regime totalitário que observa o cidadão por meio da *teletela*, um dispositivo que permite, ao mesmo tempo, ver e ser visto. Em suma, assumir a pecha de *Big Brother*, ainda que com nova roupagem, não parece ser uma escolha ingênua.

A espetacularização da vida do cidadão comum, de fato, trouxe à sociedade algumas consequências. Uma delas foi a emergência de uma nova figura: a ironicamente alcunhada *subcelebridade*. Tal epíteto é em geral imputado àqueles que, de alguma forma, alcançam uma breve atenção na cena midiática. Essa categoria abrange ex-participantes de *reality shows*, usuários de redes sociais com presença destacada, parceiros e familiares de celebridades ou qualquer pessoa que tenha obtido algum tipo de relevância por suas ações, frequentemente alcançando a atenção de milhares de pessoas por meio da *internet*. Como em geral não oferecem um produto lucrativo em contrapartida à exposição que o mercado oferece, deixam de figurar nos meios de comunicação logo que o fato a que estão relacionadas deixa de gerar interesse do público. Vivem nos 15 minutos da frase atribuída a Andy Warhol: “*In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes*”<sup>73</sup>. Importa

<sup>72</sup> A própria emissora ressalta a apropriação do título a partir do romance de Orwell. Mais informações: <<http://bbb.globo.com/BigBrother/home/0,27062,1356,00.html>>. Acesso em: 25 mar. 2016, 16h27.

<sup>73</sup> A frase é associada a uma exposição de Andy Warhol na Suécia em 1968. Porém, há quem a atribua, na verdade, ao curador Pontus Hultén. O próprio Warhol teria admitido, em 1980, nunca ter proferido a sentença. Mais informações: <<http://www.smithsonianmag.com/smart-news/andy-warhol-probably-never-said-his-celebrated-fame-line-180950456/?no-ist>>. Acesso em: 19 mar. 2016, 18h32.

ressaltar que não se trata de uma benfeitoria do capitalismo a essas pessoas, garantindo-lhes a visibilidade (nem sempre) almejada. Se o lucro não deriva de vendas de produtos, ele surge na forma de *acessos*, de *cliques*, de *marketing digital*, enfim, de tudo aquilo que o *tráfego de dados* na *internet* busca dos usuários. Ou seja, no período em que determinado sujeito eleva esses dados de *consumo* na *internet*, torna-se uma figura de interesse do mercado – decorrendo, posteriormente, quando deixa de gerar interesse do público, num retorno à posição de “cidadão comum”.

O *eu*, portanto, nunca esteve tão em evidência – superando a fase em que, em seu princípio, o papel de celebridade era para poucos. Se em boa parte da história ocidental o eu foi obliterado por uma figura divina centralizadora, com o declínio da Idade Média e a ascensão do Renascimento, René Descartes, reposicionando tanto Deus quanto o homem, deslocou este para o centro da substância pensante, sob o lema *Cogito, ergo sum*.

Mas, logo em seguida, adverti que, enquanto eu queria assim pensar que tudo era falso, cumpria necessariamente que eu, que pensava, fosse alguma coisa. E, notando que esta verdade: *eu penso, logo existo*, era tão firme e tão certa que todas as mais extravagantes suposições dos céuticos não seriam capazes de a abalar, julguei que podia aceitá-la, sem escrúpulo, como o primeiro princípio da Filosofia que procurava (DESCARTES, 1983, p. 46).

Já em 1770, esse *eu* centrado e *cartesiano* tornou-se ainda mais monumental ao se responsabilizar, como uma voz que brada, por revelar a Verdade integral sobre si (e esse *si* é uno e evidente) nas *Confissões*, de Jean-Jacques Rousseau: “Quero mostrar aos meus semelhantes um homem em toda a verdade da natureza; e serei eu esse homem” (ROUSSEAU, 2008, p. 29). O *eu* que fala é empossado de uma solidez que poderia ser expressa cartograficamente sobre o papel: “Soe quando quiser a trombeta do juízo final: virei, com este livro nas mãos, comparecer diante do soberano Juiz. Direi altivo: ‘Eis o que fiz, o que pensei, o que fui’” (ROUSSEAU, 2008, p. 29).

Embora o pensamento filosófico de fins do século XIX adiante tenha abalado de distintas maneiras e de diferentes direções esse *eu uno e coeso*, a visão geral do público consumidor permanece crendo na Verdade do sujeito que diz eu.

Efetivamente, nem o descentramento do sujeito operado pela psicanálise, nem as distinções introduzidas pela teoria literária – a não identificação entre autor e narrador; os procedimentos de ficcionalização compartilhados, por exemplo, com o romance; o triunfo da verossimilhança sobre a veracidade etc. –, nem a perda de ingenuidade do leitor/receptor “modelo”, treinado já na complexidade midiática e no simulacro (Baudrillard, [1978 1984], levaram, no entanto, a uma equivalência entre os gêneros autobiográficos e os considerados de “ficção”. A persistência aguda da crença, esse *algo a mais*, esse suplemento de sentido que se espera de toda inscrição narrativa de uma “vida real”, remete a outro regime de verdade, a outro horizonte de expectativa (ARFUCH, 2010, p. 72-73).

É nesse horizonte de expectativa que se aloja o *mito do eu*, de fato, num outro regime de verdade. Apesar de todos esses movimentos apontados por Leonor Arfuch em prol do olhar crítico sobre o sujeito, sustenta-se sumariamente o *eu* como essa instância sólida e inabalável, portador de um discurso capaz de transmitir uma Verdade sobre si. Se se publicam e se leem autobiografias como nunca na história, é porque o Eu centralizador ainda triunfa na sociedade. Isso não ocorre, claro, sem uma intenção. O processo de mitificação imposto pelo mercado transforma em natural essa imagem historicamente formulada e concebida do *eu* detentor de uma vida como via de mão única, facilmente reproduzível. Esse mito, portanto, é explorado à exaustão, levando o mercado a buscar ininterruptamente novas fórmulas de magnetizar o público consumidor – e a crença de que o sujeito expõe uma *verdade* sobre si tem sido uma das principais iscas das últimas décadas.

### 3.1 O MITO DO *BEST-SELLER*

Antes do esquecimento pela mídia daquele sujeito em seus *15 minutos de fama*, o mercado explora ao máximo a imagem relacionada tanto a celebridades quanto a subcelebridades, e uma das válvulas de escape do movimento em direção ao lucro são os produtos editoriais – sustentando, assim, a imagem do eu detentor de uma Verdade, que tanto atrai a atenção do público. Visando às vendas, as editoras frequentemente se aproveitam do sucesso alheio em busca do almejado *best-seller*, o que resulta no recorrente impasse com a crítica especializada: se é uma obra de massa, logo, a qualidade *literária* é inferior. Mas o que é um *best-seller*? Em tradução livre, trata-se de algo como “mais vendido”. Num primeiro nível, são livros que alcançam maiores números de vendas de exemplares. Porém, sabemos que o mito dá a ver outra camada de significado.

Ainda sobrevive um determinado pensamento sobre os *best-sellers* que os toma indissociadamente como sinônimo de *literatura de massa*, em oposição à *literatura culta*, como faz Muniz Sodré, em, por exemplo, *Teoria da literatura de massa* (1978) e *Best-seller: a literatura de mercado* (1988). Embora considere que a literatura culta também possa vender altas tiragens, Sodré tenta realizar a tarefa de dissecar as tendências da literatura de massa, recaindo em aspectos arquetípicos nos gêneros romance policial, ficção científica, romance de terror e romance sentimental. Tal associação entre *best-seller* e literatura de massa, se não era na década de 1980, certamente é perigosa na

atualidade. Em primeiro lugar, porque a própria noção do que é culto varia de época para época. Por exemplo, *Dom Casmurro*, como romance publicado em folhetim, sob certo aspecto, poderia ser denominado como literatura de massa no século XIX – a ele hoje, porém, indubitavelmente se atribui o adjetivo *culto*. O mesmo acontece com autores de grandes tiragens no século XX e que atualmente compõem o cânone da literatura brasileira (Carlos Drummond de Andrade, Clarice Lispector, Monteiro Lobato etc.) – e até mais distante no tempo (de certa forma, também Shakespeare e Cervantes seriam *best-sellers*?).

Além disso, se observarmos o *ranking Publishnews* nos anos de 2013 a 2015 – apenas para estabelecer um recorte temporal breve –, na categoria ficção, encontramos *O irmão alemão*, de Chico Buarque (2014, 13º lugar, e 2015, 18º lugar), *Toda poesia*, de Paulo Leminski (2013, 14º lugar), *O cemitério de Praga*, de Umberto Eco (2012, 11º lugar), e *Número zero*, do mesmo autor (2015, 11º lugar), apenas para citar alguns nomes valorizados pela crítica especializada por sua qualidade literária. Portanto, quando trato aqui de *best-seller* será em seu sentido mais literal, como aquele está entre os mais vendidos. Os juízos de valor que a academia em geral faz sobre tais obras – rejeitando-as com base no julgamento de acordo com determinados critérios de qualidade – não serão questões de primeira ordem. Obviamente, não é segredo que, para uma obra atingir com maior facilidade um público mais amplo, as editoras utilizam técnicas como simplificação de vocabulário, baixa variedade de recursos linguísticos e enredos tipificados. Tais estratégias são frequentemente convertidas em vendas, sendo notadas em grande parte das prateleiras das livrarias. Entretanto, tais fatores se aplicam apenas a uma parcela das obras mais vendidas, especificamente, ainda mais, a de ficção. Como o universo dos *best-sellers* é imenso e, por isso, muito difícil de reduzir a poucos traços, manterei o critério objetivo de vendas e tiragens – que é aquilo que, de fato, todos eles têm em comum. Os juízos de valor (estético, literário, cultural etc.), quando e se ocorrerem, serão pontuais para cada caso.

Em um texto de 1948, Paulo Rónai observava uma mudança no que significava ser um “mais vendido”. Notava-se, já naquela época, o caráter de referência que um livro mais vendido adquire perante o público leitor/consumidor:

Na avalanche das publicações o leitor comum é cada vez menos capaz de orientar-se. Sabendo que seu gosto se parece com o da maioria de seus contemporâneos, tende facilmente a pensar que o livro mais comprado será também o melhor. (“É impossível que 500 mil pessoas sejam idiotas”). Assim, mais 500 mil comprarão o livro porque 500 já o compraram. E quem poderá

duvidar do gosto de 1 milhão de cidadãos honestos, contribuintes e eleitores? (RÓNAI, 2016).

Tal comportamento revela por que o *marketing* se tornou uma estratégia de primeira importância para as editoras, tal como fazem as demais empresas com seus produtos. Para tanto, os recursos e as ações oriundas dos campos da publicidade e da comunicação social modificaram, ao longo do século XX, a forma de conceber e publicar livros: “A publicidade é hoje um princípio negativo, um dispositivo de bloqueio: tudo aquilo que não traga seu sinete é economicamente suspeito. [...] Na medida em que a pressão do sistema obrigou todo produto a utilizar técnica da publicidade, esta invadiu o idioma, o ‘estilo’, da indústria cultural” (ADORNO, HORKHEIMER, 1985, p. 134). As decisões editoriais passaram, então, a agir em conjunto com os apontamentos do setor de *marketing*, influenciando em todas as etapas de uma obra, desde a preparação do texto e a escolha do título até a midiaticização do autor e da obra. O conteúdo, por esse motivo, deixou de ser o fator determinante e outros passaram a ser privilegiados, como seu aspecto material (formato, projeto gráfico de miolo e de capa, tipografia), o público-alvo, o cenário mercadológico, com a intenção de atrair o cliente/leitor. Em entrevista, o publicitário Bruno Zolotar, então diretor de *marketing* do Grupo Editorial Record – o maior conglomerado editorial da América Latina, do qual fazem parte as editoras Bertrand Brasil, José Olympio Editora, Civilização Brasileira, Nova Era, Difel, entre outras –, ressalta as novas relações entre editoras e leitores por meio de ações de *marketing*:

Durante um tempo, o marketing foi encarado como divulgação. Mas ele é muito mais que isso. Ele é uma filosofia que deve ser seguida por editores e pessoal de marketing. O marketing começa no livro. Na sua diagramação, no formato, no tipo de papel, no título e na capa. A capa, muitas vezes, é toda mídia que um livro terá. Naqueles breves segundos em que a pessoa passa pelas mesas de uma livraria ou navega por um site, a capa deve captar e tentar traduzir o que é o livro. Neste caso, a função do marketing é aproximar o leitor do conteúdo desejado e dar a ele as informações que procura. Mas o marketing também tem o papel de mostrar ao público que o livro existe. Deve dar visibilidade a ele (ZOLOTAR, 2016).

Muito antes dessa consciência, porém, o livro tem sua própria – e já bastante debatida – história, que, de certa forma, poderia remontar à invenção da escrita. Se em parte dessa história a produção de livros atendia ao formato rolo (seja em papiro, seja em pergaminho), é em conjunto com a ascensão do cristianismo que houve uma significativa modificação material com a invenção do códice, que ganhou popularidade por sua praticidade – as folhas dobradas, formando cadernos, que poderiam ser costurados entre

si e encadernados, permitiam facilidades como folhear, manusear e procurar passagens específicas – com relação ao formato anterior. O novo modelo sobreviveu a outra grande inovação: a imprensa de Gutenberg, no século XVI.

Esse maquinário, entretanto, serviu, pelo menos até o século XVIII, mais a outras produções gráficas que propriamente à fabricação de livros, como defende Roger Chartier: “A maior parte do que era produzido consistia em folhetos, panfletos, petições, cartazes e anúncios públicos, formulários, bilhetes, recibos, certificados e muitos outros tipos de impressos efêmeros e de serviços que geravam a maior parte da receita dos estabelecimentos” (CHARTIER, 2014, p. 104). Porém, a interferência de todos os envolvidos no processo de produção após o acesso aos originais – desde a passagem do manuscrito para as mãos de um escriba, das escolhas dos editores/livreiros, dos censores, a composição gráfica, a leitura de provas por revisores até a impressão –, que podiam alterar consideravelmente o texto inicial, fez com que a prática do manuscrito permanecesse mesmo após a imprensa, conservando-se pelo menos até o século XVIII, quando uma nova relação se estabelece a partir da elevação da figura do autor pelo sistema de direitos, como já vimos.

Outra influência determinante para a multiplicação de textos foi o surgimento do folhetim (*feuilleton-roman*), que dava ao público uma nova – mais barata e com maiores tiragens – forma de acesso às obras: por meio do rodapé dos jornais. A expressão *feuilleton* origina-se no jornal *La Presse*, que “simboliza a indústria editorial do século XIX, organizando-se para atender à demanda de um mercado crescente, com recursos publicitários e novos meios técnicos de fabricação de papel e de impressão” (SODRÉ, 1978, p. 79). Nesse período, por exemplo, como destaca Nelson Traquina, os jornais, na chamada *penny press*, “são encarados como um negócio que pode render lucros, apontando como objetivo fundamental o aumento das tiragens” (TRAQUINA, 2005, p. 34). O resultado desse processo foi um crescimento colossal do número de impressões entre a primeira e a segunda metade do século XIX. No Brasil, tal forma de publicar se mostrava ainda mais vantajosa na medida em que as impressões de livro ocorriam apenas na Europa, o que elevava consideravelmente os custos. Especialmente por esse motivo, boa parte dos autores brasileiros hoje canônicos publicaram, no século XIX, nesse formato.

Depois desse momento de grande expansão do jornalismo, as evoluções passaram a ser constantes na produção de livros, com o avanço das técnicas e das tecnologias. Por exemplo, na passagem do século XIX para o século XX, outra mudança afetou a vida dos

autores na produção de livro: a máquina de escrever, que aos poucos se tornou cotidiana para os escritores – não sem alguma resistência, conforme aponta Flora Süssekind:

E, imagem paradigmática do misto de atração e temor e das hesitações dos escritores brasileiros, na virada do século e em inícios do século XX, frente ao horizonte técnico que então se constituía, assim como se modificam as formas de perceber a técnica e as relações entre produção cultural e artefatos modernos, também a figuração literária da máquina de escrever, em meados dos anos 20, é outra. E não só a sua figuração. Porque, nesse momento, ela parece tornar-se por vezes interlocutora de fato atuante no processo mesmo de criação literária (SÜSSEKIND, 1987, p. 146).

Parece evidente que publicar um livro no século XXI se tornou mais acessível, se compararmos, por exemplo, com a década de 1970 no Brasil. Alguns fatores foram determinantes: em primeiro lugar, pelo menos até os anos de 1960, a questão de direitos autorais não era tão bem resolvida no país. Em seguida, os anos obscuros do regime ditatorial que assolou o Brasil de 1964 a 1985 resultaram numa junção de penúria econômica da população e controle e censura da produção de conteúdos na época. Somente com o fim desse período é que “o mercado parecia prometer índices de crescimento suficientes para viabilizar a profissionalização do escritor de ficção” (SCHØLLHAMMER, 2009, p. 46). Em 1984, Silviano Santiago nos forneceu um importante panorama da conjuntura editorial e econômica em que se encontrava o país:

A editora, por sua vez, assume a forma de empresa capitalista, pois já diz abertamente que visa ao lucro como qualquer outra indústria do país; e mais: já reconhece que não apenas os operários do parque gráfico ou os funcionários burocráticos são protegidos pelas leis trabalhistas, mas também aqueles a quem o editor chamava carinhosamente autores “da casa”. A modernização, no nosso campo, está fazendo com que o editor perca a fala e a máscara do mecenas no escritório de sua empresa, e o autor, a aura de diletante que flutuava sobre a sua cabeça (SANTIAGO, 2002, p. 28).

Não apenas mudaram as relações entre autor e editor, a partir da imposição do contrato de edição, que substituíra acordos verbais, mas houve também outra transformação: “o livro passa a ter um temível (porque imprevisível) e subornável (porque manipulável) árbitro: o público. É ele que, segundo a empresa, atesta anônima, econômica e autoritariamente sobre o ‘valor’ da obra, digo mercadoria, como em qualquer teste Ibope ou índice de vendagem. Bons escritores são os que vendem, diz a voz do lucro empresarial” (SANTIAGO, 2002, p. 29). Adicionam-se a esse quadro os grandes saltos tecnológicos a partir dos anos de 1980, que levaram não apenas à modernização do sistema de produção editorial, mas também ao barateamento de custos, acarretando um maior volume de livros e de autores, em especial nas décadas seguintes. O problema

deixou de ser o *publicar* e tornou-se o *vender*, como vemos pelas palavras do publicitário Bruno Zolotar, em sua entrevista ao *site Homo Literatus*:

Em primeiro lugar é preciso entender que o mercado é muito competitivo. São milhares de originais chegando às editoras todos os dias. Alguns passam pelo filtro e viram livros. Aí vem outro gargalo, o das livrarias. Grandes livrarias chegam a cadastrar mais de 100 novos títulos por dia. Elas querem um motivo muito bom para ter o seu livro lá, porque a batalha por espaço é ferrenha. Se você consegue chegar à livraria, enfrenta o maior dos desafios que é ser comprado. Segundo a Nielsen, instituto que lê as vendas em livrarias no mercado brasileiro, todo mês cerca de 60.000 diferentes títulos são comprados pelos leitores brasileiros. Então o seu título, numa livraria grande, concorre com 59.999 diferentes títulos. Se o seu livro não tem uma venda mínima, com certeza, será devolvido para a editora e outro ocupará o seu lugar. Para sobreviver no mercado, você tem que tentar chamar a atenção do público e é aí que entra o marketing do livro. Não marketing entendido como propaganda, mas o marketing entendido como algo que vai ajudar o seu livro a ser mais atraente para o leitor. Estamos falando de formato, de capa, de título, do que vai na orelha e na contracapa, da informação que chega para o livreiro, do release para imprensa e do seu trabalho de divulgação. Divulgação que muitas vezes pode ser feita via internet, com ajuda das redes sociais e blogs. Mas fundamental, hoje, é que o autor entenda que é preciso que ele trabalhe muito pelo seu livro. Escrever é só uma parte do trabalho. É preciso batalhar pelo livro. Sozinho ou junto com a editora (ZOLOTAR, 2016).

Não há segredos, portanto, para a *fabricação* de *best-sellers*. Pelo contrário: o caminho é bem conhecido tanto por editores quanto por pesquisadores. Prova disso é que em seu texto de 1948, baseando-se no estudo *Golden Multitudes: the Story of Best Sellers in the United States*, de Frank Luther Mott, diretor da escola de jornalismo da Universidade de Missouri, Paulo Rónai recolhe algumas pistas para produzir esse tipo de publicação que, apesar de alguns fatores marcados de sua época e do tom saudosista da “alta cultura” que acompanha sua argumentação, apresenta consonância com o contexto atual, esquadrihado pelo setor de *marketing*:

O que contribui para fazer vender o best-seller virtual é o título bem escolhido; o desenho da capa e, em geral, a apresentação; a publicação anterior em folhetim; a distribuição prévia de exemplares a grande número de personalidades; a escolha do livro na base das provas tipográficas, por um dos clubes do livro; boas críticas; difusão de opiniões favoráveis, e anúncios na imprensa e no rádio; filmagem da história; barateamento da edição, reedições em “pocket book” ou em “soft format” (fascículo in-quarto, vendível nos balcões dos vendedores de jornais). Nem todos esses fatores estão, porém, nas mãos do editor; e, por outro lado, mesmo que se achem todos reunidos, a previsão pode falhar e o lançamento pode acabar num fracasso (RÓNAI, 2016).

Embora se saiba como criar um *best-seller*, a realidade diária do mercado editorial também revela tiragens bem mais modestas, como indica Zolotar: “pode aparecer um best-seller que vende um milhão de exemplares, mas o dia-a-dia são de livros que muitas vezes não chegam a uma venda de 1.500 exemplares” (ZOLOTAR, 2016). Na verdade,



de fato, as editoras tentam a todo momento emplacar vendas significativas que lhes garantam o lucro almejado, porém, não basta seguir a cartilha de como produzir o mais vendido. Ou seja, apenas o planejamento editorial e de *marketing* não garantirá a adesão do público. Há sempre um *algo a mais*, mas, nesse caso, esse *algo a mais* é imponderável. Se uma obra atingiu um público astronômico, por que outra, de temática semelhante e com igual esforço publicitário, não alcançou as mesmas marcas? Se conhecem a trilha do sucesso, por que as editoras não vendem altas tiragens com facilidade?

Um exemplo prototípico de alinhamento entre ações intensas de *marketing* no mercado editorial é a saga de *Harry Potter*, da escritora inglesa J.K. Rowling. Tal fenômeno mercadológico, naturalmente, suscita curiosidades (e uma sucessão de falsas histórias) sobre o processo de escrita até o sucesso. Conta-se (e mesmo este fato veio a contribuir para chamar a atenção do público) que, no período de escrita de seu primeiro livro, *Harry Potter e a Pedra Filosofal*, a autora Joanne Rowling teve seus manuscritos recusados por um agente literário. Um outro agente, Christopher Little, levou a história a várias editoras, que também se recusaram a publicá-la, sendo aceita posteriormente pela Bloomsbury, em uma tiragem de 500 exemplares no ano de 1997, mais a distribuição de 350 para bibliotecas. Como adiantamento, a autora recebeu 2.400 dólares<sup>74</sup>. Desses números modestos e dessa história comum entre aspirantes a autores se conhece a sequência: recordes e números exorbitantes. As sete obras se desdobraram de tal forma que as próprias estatísticas se tornam imprecisas: vendas superiores a 450 milhões de exemplares em todo o mundo, tradução para ao menos 73 línguas, filmes que renderam acima de 7,7 bilhões de dólares (a série cinematográfica de maior bilheteria de todos os tempos) e uma escritora que sai da penúria e se torna bilionária.

Qual é a causa de tamanho sucesso? Devemos atribuí-lo à autora? Vejamos as obras lançadas após a série de *Harry Potter*. *Os contos de Beedle, o Bardo*, lançado em 2008, atingiu o recorde de maior valor pago em leilão a um manuscrito moderno (3,98 milhões de dólares<sup>75</sup>) e vendeu 2,6 milhões de cópias no ano de sua estreia. Ressaltemos que a obra é relacionada ao universo de *Harry Potter*. Já *Morte súbita*, publicado em 2012, sem relação com a saga anterior e focado no público adulto, ainda que tenha feito

---

<sup>74</sup> Os dados referentes às obras de J.K. Rowling foram extraídos da revista *Time*. Disponível em: <<http://entertainment.time.com/2013/07/31/because-its-his-birthday-harry-potter-by-the-numbers>>. Acesso em: 26 mar. 2016, 20h48.

<sup>75</sup> Dados extraídos do jornal *Telegraph*. Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/3669918/Amazon-admits-to-record-Harry-Potter-bid.html>>. Acesso em: 26 mar. 2016, 21h12.

um relativo sucesso (sendo adaptado como série televisiva), vendeu 124.603 cópias na primeira semana de seu lançamento – o que é consideravelmente menos, por exemplo, que *Harry Potter e as Relíquias da Morte*, que vendeu mais de 11 milhões de cópias nas primeiras 24 horas de seu lançamento (o recorde era do volume anterior da série, *Harry Potter e o Enigma do Príncipe*, de 2005, que havia vendido 9 milhões de exemplares no primeiro dia<sup>76</sup>). A obra seguinte, *O chamado do Cuco*, de 2013, apresentou uma particularidade: ela foi primeiramente lançada sob o pseudônimo Robert Galbraith, revelado posteriormente. Nesse evento, dois fatores chamam a atenção: sob pseudônimo, a obra vendeu 1.500 exemplares, subindo rapidamente para a primeira posição no *ranking* de vendas da *Amazon*, após a revelação da autoria do romance; além disso, os originais foram rejeitados por editoras enquanto estavam sob a alcunha de Robert Galbraith<sup>77</sup>. Também sob pseudônimo a autora publicou, em 2014, *O bicho-de-seda*, que seguiu pelo mesmo caminho: obteve um aumento exponencial no número de vendas após a revelação da identidade da autora. Já o último título, *Career of Evil*, lançado em 2015 no Reino Unido, também traz em sua capa o nome de Robert Galbraith, porém não chegou ao Brasil até o ano de 2016, e ainda não obtivemos um panorama de suas vendas.

Desse percurso, depreendemos que, apesar das vendas expressivas, as obras pós-*Harry Potter* não se aproximaram do sucesso da saga, ainda que escritas pela mesma autora. As melhores vendas foram da obra relacionada à série, diminuindo sua popularidade (embora ainda notável) nas obras seguintes. Os livros publicados sob o pseudônimo tiveram suas vendas alavancadas após a descoberta, não porque eram de autoria de J.K. Rowling, mas por serem “da mesma autora de *Harry Potter*” – o que fez deles mais que livros comuns. Ainda assim, a autoria não foi determinante para a produção de um novo fenômeno editorial. Como explicar, então, o sucesso anterior? Perguntado pela revista *Época* sobre como a série se diferencia de outros fenômenos culturais do século XX, o teórico Peter Hunt, que tem se dedicado a pensar sobre a literatura infantil, responde:

Essa é uma pergunta que muitos editores gostariam de ter a resposta para! O sucesso de *Harry Potter* deve ter muito a ver com o fato de ser o livro certo na hora certa. Contém muito dos valores e das ideias tradicionais - disciplina, um mundo paralelo no qual as crianças são importantes, os retratos dos adultos do mundo real como incompetentes - os trouxas -, um forte apelo para o trabalho

<sup>76</sup> Os dados estão disponíveis em: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6912529.stm>>. Acesso em: 26 mar. 2016, 21h31.

<sup>77</sup> Recentemente, J.K. Rowling publicou em seu *Twitter* duas cartas de rejeição que recebeu enquanto usava o pseudônimo. Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2016/03/10001148-gente-como-a-gente-autora-de-harry-potter-fala-de-titulos-rejeitados-que-escreveu-sob-pseudonimo.shtml>>. Acesso em: 26 mar. 2016, 23h29.

em equipe, amizade, o núcleo familiar, honestidade, lealdade e sacrifício, tudo em face da crueldade e da maldade. Quase todas essas coisas parecem atender uma demanda, tanto de crianças quanto de adultos, num tempo em que o mundo ocidental parece ausente desses elementos. Mas o fato da série ter sido tão comercializada e copiada pode ter diluído esse efeito e seu sucesso se prolonga, porque o seu marketing é bem feito. Eu acho que esse é o caso raro de um livro que falou com a necessidade das pessoas no momento exato - por isso acredito que esse tipo de sucesso não será repetido por um bom tempo (HUNT, 2016).

*Harry Potter* certamente não é a única obra destinada a essa faixa etária que desenvolve em seu enredo valores e ideias tradicionais, tampouco teve ações de *marketing* inéditas para alcançar o reconhecimento (promoções, criação de grandes expectativas para os lançamentos, expansão para outras mídias como filmes, jogos etc., embora se ressalte o cuidado e o controle com tais estratégias quando de seu sucesso). Além disso, não foi (apenas) o nome de J.K. Rowling que garantiu a venda dos mais de 450 milhões de exemplares – uma vez que se observa a queda nas vendas dos livros seguintes. O que, enfim, alçou a obra a esse patamar? Não há uma resposta exata. O que se teve foi uma confluência de fatores que levaram à adesão do público num primeiro momento e que, posteriormente, se expandiu de forma irrefreável.

O mercado editorial almeja o tempo inteiro chegar à marca dos mais vendidos, mas apenas o investimento em ações de *marketing* não oferece um retorno garantido, embora, claro, favoreça uma maior probabilidade de vendas do que as obras sem tais ações. Até mesmo os números exorbitantes aguçam ainda mais o sucesso, o que nos leva muitas vezes a duvidar da frieza das cifras aparentemente sem intenções, ou seja, o próprio fato de um determinado produto vender quantidades acima do comum torna-se um importante mecanismo para atrair ainda mais consumidores, fazendo-nos desconfiar da veracidade de todos os números relativos a vendas muito altas. Roger Chartier, em *A mão do autor e a mente do editor* (2014), nos mostra que a imprecisão relativa a dados de tiragens não é uma particularidade de nosso tempo. Citando o *Quixote*, o historiador francês assevera que se tratava de um lugar-comum do Século de Ouro denunciar “a cupidez e a desonestidade dos impressores, que são vistos como sempre prontos a falsificar seus livros contábeis e ocultar a verdadeira tiragem de edições que lhes são confiadas, permitindo, assim, vender cópias mais rapidamente e com um preço melhor do que o autor poderia fazê-lo” (CHARTIER, 2014, p. 108).

Por outro lado, também podemos afirmar que, ainda que com tiragens menores, após *Harry Potter*, o nome da autora influenciou a venda de livros (como pudemos notar no caso do uso do pseudônimo). Isso se deve, claro, ao fato de J.K. Rowling ter se tornado

uma grife para os livros, além de uma celebridade. Alavancar as vendas apoiado no nome de uma celebridade é uma prática comum, e no Brasil observamos obras com essa característica figurando nas listas dos mais vendidos. Porém, ainda que não atinjam vendas consideráveis, as editoras investem recorrentemente em sujeitos que recebem – mesmo que de forma breve – a atenção da mídia.

Não é difícil encontrar nas livrarias obras escritas por famosos oriundos das mais diversas áreas. Os gêneros predominantes são, claro, a biografia e a autobiografia. Assim, para citar apenas alguns exemplos, é longa a lista de

- a) atores (Alexandre Frota, com *Identidade Frota*, 2013; Vera Fischer, com *Vera: A pequena Moisi*, 2010, e com *Um leão por dia*, 2012; Maitê Proença, com *Entre ossos e a escrita*, 2008; Renato Aragão, com *Meus Caminhos*, 2002, e com *Amizade sem fim*, 2004; Miguel Falabella, com *Vivendo em voz alta*, 2011);
- b) cantores (Daniel, com *Minha estrada*, 2014; Leonardo, com *Não aprendi dizer adeus*, 2013; Gretchen, com *Gretchen - Uma Biografia Quase Não Autorizada*, 2015; Vanessa da Mata, com *A filha das flores*, 2013);
- c) apresentadores (Ana Maria Braga, com vários títulos; Leda Nagle, com *Com Certeza - Leda Nagle, Melhores Momentos*, 2009; Marcelo Rezende, com *Corta Pra Mim*; 2013);
- d) ex-participantes de *reality shows* (Fani Pacheco, com *Diário Secreto de uma Ex-bbb*, 2009; Marie Forle, com *Deixe os homens aos seus pés*, 2011; Maurício Joah, com *Quanto vale um milhão e meio?*, 2016; Marcelo Arantes, com *A antietiqueta dos novos famosos*, 2009); e
- e) atletas (Anderson Silva, com *Anderson Spider Silva: O relato de um campeão nos ringues e na vida*, 2012; Neymar Junior, com *Neymar Jr: De A a Z*, 2013; Bernardinho, com *Transformando suor em ouro*, 2006; Lars Grael, com *A saga de um campeão*, 2001);

Também são recorrentes os casos de pessoas que aproveitam seus momentos de destaque nos meios de comunicação para se lançar à escrita, como Geisy Arruda, superexposta pela mídia ao ser hostilizada por colegas de faculdade devido ao comprimento do vestido que trajava, que publicou *Vestida para causar*, em 2010, e Andressa Urach, ex-modelo que passou 25 dias em uma UTI por conta de uma infecção causada pela aplicação de produtos estéticos nas pernas e, por isso, obteve grande

cobertura televisiva, que lançou *Morri para viver*, em 2015, chegando ao 15º lugar<sup>78</sup> de vendas no ano de seu lançamento. O livro teve tiragem inicial de um milhão de exemplares, porém, devido ao teor cristão-evangélico, acredita-se que tamanho sucesso se deva à ampla divulgação para o público da igreja Universal do Reino de Deus, vinculada à emissora Record, cujo proprietário, Edir Macedo, também é responsável por alto número de vendas: esteve em 1º lugar no *ranking Publishnews*<sup>79</sup> em 2013 (*Nada a perder 2*) e 2014 (*Nada a perder 3*), em 3º em 2012 (*Nada a perder*) e em 4º em 2015, com informações de que a tiragem chegaria a 1,7 milhão de cópias<sup>80</sup>.

No Brasil, entretanto, o grande Midas dos últimos 5 anos no mercado editorial é o padre Marcelo Rossi. Além de se manter em 1º no *ranking* dos mais vendidos do *Publishnews* nos anos de 2010 e 2011 com *Ágape*, em 2012, chegou ao 5º lugar com *Agapinho* (infanto-juvenil), ficando atrás da trilogia de E. L. James (*Cinquenta tons de cinza*) e de Edir Macedo; em 2013 chegou ao 2º lugar com *Kairós*, caindo para o 12º lugar no ano seguinte; em 2015, porém, volta ao topo, alcançando a 3ª posição (atrás apenas de dois livros de colorir, grande sucesso da indústria editorial daquele ano) e, até março de 2016, ocupa o 2º lugar com *Ruah*, cujo tema é alimentação. Com um leque vasto de atuações editoriais, seu primeiro livro atingiu vendas em torno de 10 milhões de exemplares, acrescentando-se aos números igualmente estratosféricos de vendas de mídias musicais. Como se vê, o filão religioso tem sido um grande produtor de *best-sellers*, com dados que, em 2013, chegavam a mais de 70 milhões de exemplares anualmente<sup>81</sup>.

O ano de 2015 revelou uma nova estratégia para a venda de livros: publicar *youtubers*. As editoras se voltaram para alguns dos canais de vídeos mais visualizados na rede *YouTube* e lá encontraram novas possibilidades de atrair o público juvenil. Os produtores de vídeo para a rede, também chamados de *youtubers*, dão sequência a um fenômeno também recente, mas que já perdeu sua força tanto na *internet* quanto no mercado editorial, os *bloggers*. Embora ainda coexistam, os *vlogs* (ou *videologs*) têm aos

<sup>78</sup> Dados do portal *Publishnews*. A metodologia utilizada consiste na soma das vendas de 12 das maiores livrarias do país. O *ranking*, portanto, se caracteriza como uma amostra, e não como totalidade de comercialização do mercado editorial. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/ranking/anual/0/2015/0/0/>>. Acesso em: 28 mar. 2016, 21h47.

<sup>79</sup> Dados disponíveis em: <<http://www.publishnews.com.br/ranking/>>. Acesso em: 28 mar. 2016, 22h09.

<sup>80</sup> Dados disponíveis em: <<http://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2015/08/1669040-record-e-igreja-universal-estao-por-tras-de-tiragem-milionaria-de-biografia-de-andressa-urach.shtml>>. Acesso em: 28 mar. 2016, 22h07.

<sup>81</sup> Acrescente-se nomes como padre Fábio de Melo, monja Coen e Chico Xavier, entre muitos outros. Dados disponíveis em: <<http://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2015/05/19/mercado-de-livros-religiosos-cresce-cada-vez-mais-e-atrai-grandes-editoras.htm>>. Acesso em: 28 mar. 2016, 22h47.

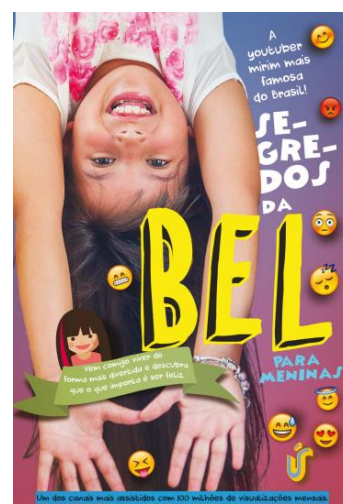
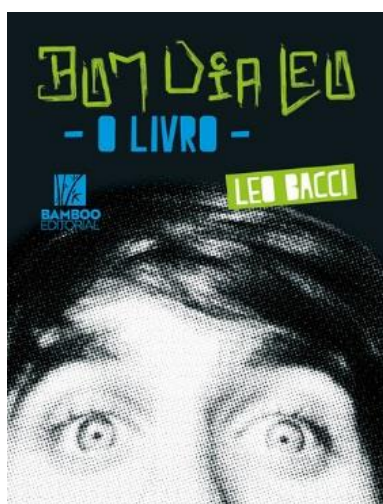
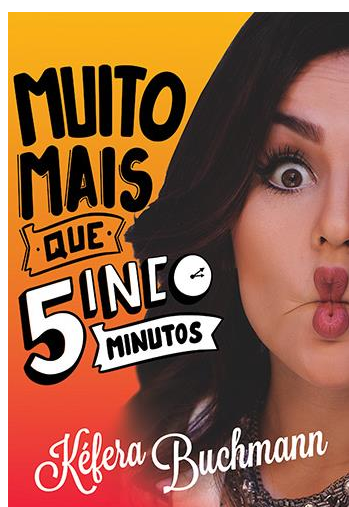
poucos superado os *blogs* no interesse do público – e, naturalmente, os *vlogers/youtubers* tomam o espaço antes ocupado por *bloggers*. Se nos *blogs* os autores já se expressavam por meio da escrita – e o mercado transformou alguns desses textos da rede em livros –, nos *vlogs*, a relação é primordialmente por vídeo. Transformá-los em autores de livros é, portanto, uma ardilosa estratégia mercadológica, que visa a acompanhar as tendências da mídia em busca de novos meios lucrativos. E essa estratégia deu certo. São vários os títulos publicado a partir de canais do *YouTube* (por exemplo, Rafael Moreira, *Diário de um adolescente apaixonado*, 2014; Danielle Noce, *Por uma vida mais doce*, 2014, Frederico Elboni, *Um sorriso ou dois*, de 2014, *Meu universo particular*, 2015; Taty Ferreira, *Manual da mulher bem resolvida*, 2015; Leo Bacci, *Bom dia, Leo - o livro*, 2015; Pedro Afonso, *Dois mundos, um herói - uma aventura não oficial de Minecraft*, 2015). Alguns casos, porém, chamam à atenção. O primeiro deles é o livro *Segredos da Bel*, da *youtuber* Bel, de apenas 8 anos, que, lançado em março de 2016, já ocupou no mesmo mês a lista dos mais vendidos<sup>82</sup>. Em 2015, porém, outros dois livros figuraram no *ranking* anual do *Publishnews*: *Muito mais que Cinco minutos*, de Kéfera Buchmann (5ª posição), e *Eu fico loko*, de Christian Figueiredo de Caldas (9ª posição). Ambos não apenas estiveram presentes na Bienal Internacional do Livro 2015, no Rio de Janeiro, mas foram acompanhados por milhares de leitores/fãs no evento<sup>83</sup>.

Há uma década, na Bienal de 2005, o cenário não era completamente outro. Naquele ano, esteve presente o então recém-vencedor do *reality show* *Big Brother Brasil*, Jean Wyllys, que havia lançado, na época, *Ainda lembro*, com igual euforia do público presente. Desse fato, Paula Sibilía percebe uma nuance já ressaltada nesta tese: “O público não queria apenas vê-lo na realidade, mas também comprar seu livro; de preferência, com uma dedicatória assinada pelo autor na primeira página. E levá-lo para suas casas, embora não fosse necessariamente com a intenção de lê-lo” (SIBILIA, 2008, p. 162). O autor carrega consigo um produto consumido de forma sedenta pelo público. Sibilía acrescenta que a obra consiste na transformação do próprio autor em personagem. Penso, na verdade, que, mais que personagem, é a transformação do autor *em produto* o que está em jogo, visto que sua imagem pode resultar em tanto lucro quanto a obra.

<sup>82</sup> Dados disponíveis em: <<http://www.publishnews.com.br/materias/2016/03/04/youtuber-de-oito-anos-entra-na-lista-dos-mais-vendidos>>. Acesso em: 01 abr. 2016.

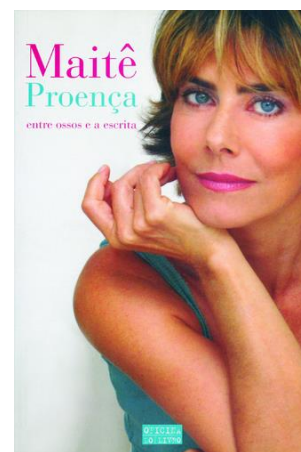
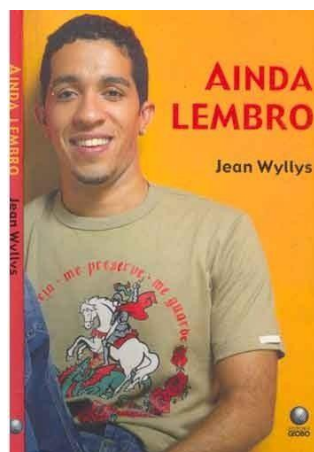
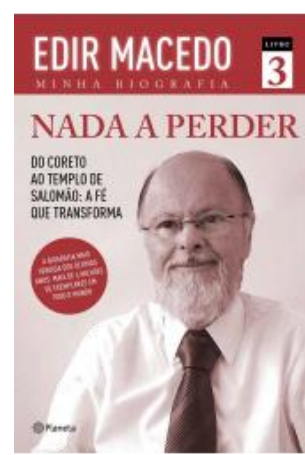
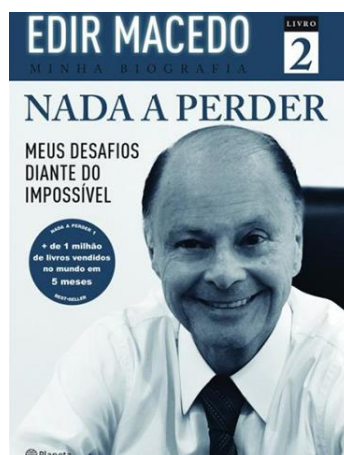
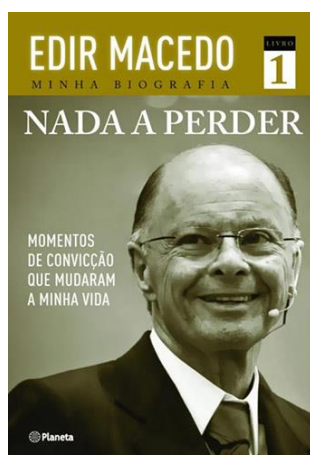
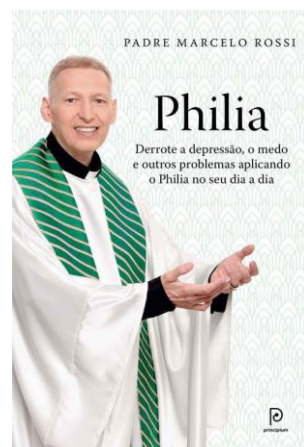
<sup>83</sup> Dados disponíveis em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/livros/fama-digital-sucesso-real-do-youtube-ao-papel-17419965>>. Acesso em: 31 mar. 2015, 16h06.

A temática dos livros dos *youtubers*, em geral, dá sequência às matérias já desenvolvidas em seus vídeos: as experiências pessoais, os relatos da vida privada (que querem mostrar ao público o que há de geral no particular), a superexposição do sujeito. Trata-se, sem dúvida, de um dos canais que oferecem maior visibilidade ao *eu*. Se os *blogs*, com seu teor de diário íntimo, ofereciam aos leitores todos esses mesmos elementos, no *vlog* acrescentam-se a *imagem*, o *corpo*, o *rosto* e a *voz*, apresentando aos espectadores uma ilusão de *completa exposição* em que, além de não temer demonstrar sua vida por escrito, o sujeito não titubeia em *se mostrar*. Esse viés resvala também na capa de seus livros, que com frequência traz como imagem predominante o rosto do autor:



O *design* das capas dos livros, naturalmente, varia de acordo com distintos fatores: conteúdo, público-alvo, estratégias de *marketing* etc. Nos livros cuja proposta é se valer da imagem de uma celebridade, portanto, o mais comum é estampar o rosto do autor, como vemos em numerosas obras. Não se trata de uma tática nova nem exclusiva, mas sem dúvidas é um recurso bastante caro aos departamentos de *marketing* das editoras.







Como estratégia para alavancar vendas, em meio à colossal quantidade de livros à espera nas ilhas e nas estantes das livrarias, ver um rosto conhecido de fato pode levar o livro dos olhos às mãos, e das mãos ao balcão de compras, colocando, quem sabe, a obra no patamar dos mais vendidos.

Ao tratar da mitologia do vinho na França, Barthes diz que existem mitos “muito simpáticos que, apesar disso, não são inocentes” (BARTHES, 2012, p. 78). Penso ser também o caso do *mito do best-seller* (que, em sentido *lato*, também é o *mito do livro*): o livro, assimilado como vetor direto de educação e cultura, é amplamente difundido como um objeto de consumo obrigatório para aqueles que desejam um desenvolvimento intelectual; assim, à primeira vista, a difusão em massa de obras entra em consonância com um anseio geral da sociedade: a expansão dos índices de leitura (vide campanhas de grupos diversos da sociedade). As estratégias midiáticas em prol da venda de livros, por outro lado, não são veladas – pelo contrário, as táticas dos meios de comunicação são há muito conhecidas. O livro como produto, portanto, foi *naturalizado*, cumprindo o papel de mito.

Compreende-se agora por que, *aos olhos do consumidor de mitos*, a intenção e o apelo dirigido ao homem pelo conceito podem permanecer manifestos sem, no entanto, parecer interessados: a causa que faz com que a fala mítica seja proferida é perfeitamente explícita, mas é imediatamente petrificada numa natureza; não é lida como força motriz, mas como razão<sup>84</sup> (BARTHES, 2012, p. 221).

A *intenção* do mercado editorial, como parte do sistema capitalista, é claramente o binômio venda/lucro. Não se trata de um segredo. No mito do *best-seller*, o consumo massivo de livros é *natural*, ainda que o maquinário midiático que induz o consumidor à compra esteja à mostra. Em 1967, Guy Debord já alertava sobre os efeitos dessa sociedade do espetáculo:

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele. É por isso que o espectador não se sente em casa em lugar nenhum, pois o espetáculo está em toda parte (DEBORD, 1997, p. 24).

---

<sup>84</sup> “On comprend maintenant pourquoi, aux yeux du consommateur de mythes, l'intention, l'adhomination du concept peut rester manifeste sans paraître pourtant intéressée: la cause qui fait proférer la parole mythique est parfaitement explicite, mais elle est aussitôt transie dans une nature; elle n'est pas lue comme mobile, mais comme raison” (BARTHES, 1970, p. 202-203).

Não são apenas os *best-sellers*, entretanto, que adotam estratégias de *marketing* como parte relevante para a publicação e a comercialização de livros – e, conseqüentemente, giram as rodas da máquina produtora de mitos. Algumas vezes, o mercado vê em determinados autores que começam a carreira em literatura brasileira alguma fagulha que possa atrair a atenção do público consumidor. No caso de Ricardo Lísias, o romance *Divórcio* (2013), ao unir um tema de interesse midiático (a revelação de segredos de um casamento que chegou ao fim) e uma prática autoficcional que já não revela nenhuma novidade, alcança grande visibilidade na mídia e na *internet*, proporcionando manchetes sensacionalistas como “*Divórcio: Escritor encontra diário-bomba da mulher e descobre que ela o despreza*”, publicada no portal *Último Segundo*<sup>85</sup>. Para além das inúmeras entrevistas e reportagens, o autor se tornou ele próprio um veículo do *marketing* de sua obra. De participação ativa no *Facebook*, Lísias mantém seus leitores não apenas informados sobre os acontecimentos relacionados aos seus livros, mas também os incentiva frequentemente a comprá-los, uma prática não tão comum entre escritores:

**Ricardo Lísias** adicionou 2 novas fotos.  
5 de fevereiro às 16:51 - 🌐

Amigos, um bom carnaval a nós tudo! Alalaô debaixo de chuva.  
Ah, se passarem em alguma livraria, não se esqueçam de nós.



👍 Curtir    💬 Comentar    ➦ Compartilhar

👍 73

**Ricardo Lísias**  
8 de fevereiro às 12:12 - 🌐

Amigos, depois do bombom baixem um exemplar dos meus ebooks! Literatura e chocolate!



**João Varella**  
8 de fevereiro às 12:01 · São Paulo, SP, Brasil · 🌐  
Agora vai?

👍 Curtir    💬 Comentar    ➦ Compartilhar

👍 66

<sup>85</sup> Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/2013-08-26/divorcio-escriptor-encontra-diario-bomba-da-mulher-e-descobre-que-ela-o-despreza.html>>. Acesso em: 31 mar. 2016, 22h11.

Como indício de certo conhecimento dos efeitos das ações de *marketing* no público, o autor já parecia vislumbrar, na escrita de *Divórcio*, um interesse maior sobre esse romance do que sobre outras de suas obras.

Não sei quantas pessoas vão ler *Divórcio*. Provavelmente, um pouco mais do que meus outros livros. Algumas vão gostar tanto que, no mesmo dia, acabarão procurando *O céu dos suicidas*. Em uma livraria, porém, o vendedor lamenta não encontrar um exemplar e diz que pode fazer uma encomenda. O leitor pensa por um instante e desiste. Vou procurar no shopping center sábado. Mas a semana é tão complicada que, quando acaba, ele só pensa em descansar. Depois, meu livro vai ficando para trás, até porque as pessoas leem outros, às vezes muito mais marcantes (LÍSIAS, 2013, p. 221).

Obviamente, não se trata de uma crítica à autopromoção do autor. Há, naturalmente, os que não apreciam a insistência pela compra do produto. Porém, são estratégias (que nem mesmo são originais) que têm seus resultados, em especial quando o próprio autor colabora voluntariamente para a sua publicidade. A parceria entre autor e editora em termos de *marketing* e redes sociais ainda não está tão sólida quanto o perfil de Ricardo Lísias no *Facebook* faz parecer. Em sua coluna no *Publishnews*, o editor Mike Shatzkin indicou como falha do mercado editorial “sua incapacidade de ajudar os autores a se ajudarem com o marketing digital” (SHATZKIN, 2016). O colunista destaca que, em geral, as páginas oficiais dos autores estão abaixo da qualidade esperada, e as próprias editoras não enxergam o problema. O território de atuação do autor no meio digital ainda é, portanto, um espaço a ser devidamente explorado pelo mercado e suas estratégias de *marketing*: “Idealmente, uma editora vai avaliar o site de um autor como parte de uma auditoria digital geral e fazer sugestões construtivas para melhorá-lo. Se o autor não tiver um, a editora deveria fornecer um site simples que dê aos fãs um lugar ou link para aterrissar e pode ser a autoridade máxima sobre o autor e o livro” (SHATZKIN, 2016).

Nesses termos, o *marketing* que Ricardo Lísias faz de sua produção nas redes sociais é de grande interesse do mercado, uma vez que incentiva a compra de mais livros, tornando-se o autor o seu próprio “garoto propaganda”. Seu perfil no *Facebook* passa a ser o canal oficial de comunicação entre autor e leitores, além de fonte de informações, bastidores, curiosidades e até mesmo acesso à fortuna crítica, frequentemente compartilhada. Como comparação, às 23h55 de 09 de abril de 2016, a página oficial de Ricardo Lísias no *Facebook* possuía 1.542 “curtidas”, enquanto seu perfil pessoal computava 4.998 amigos e 2.425 seguidores. Isso parece demonstrar dois aspectos: que, em primeiro lugar, o que o autor diz em seu perfil pessoal terá um alcance muito maior do que o publicado em sua página oficial. Além disso, a personalidade do perfil garante ao

leitor a possibilidade de “ser amigo do autor”, ainda que apenas na rede social, portanto, torna-se natural uma busca maior pelo perfil que pela página.

Apesar de todos os esforços do mercado, em meio a essa miríade de estratégias das editoras em busca de altas vendas, são raros os casos em que coincidem numa só obra a autoria de uma celebridade e a apreciação da crítica especializada. É o que tentaremos observar a seguir, a partir de um dos principais mitos da classe artística brasileira.

## 4 A MÁQUINA DE MITOS (DE) CHICO BUARQUE

Se retomarmos o início do capítulo anterior, nos lembraremos da notícia “Chico Buarque compra baguetes para o lanche da tarde”. Lá, percebemos que a mitologia associada àquela imagem não resulta numa leitura rasa como “um homem compra baguetes para o lanche da tarde”. Também o sentido de tal manchete não parece repousar no ato de informar à população sobre tal evento na vida de Chico Buarque. Em seu sentido mítico, a reportagem diz: “Apesar de ser quem é (gênio/deidade/sobre-humano), Chico Buarque também realiza ações *comuns* como se fosse qualquer cidadão”. Após a cena prosaica, naturalmente, se espera que Chico Buarque volte a fazer *shows* com ingressos esgotados, seja homenageado por outras celebridades, lance novos discos aclamados pela crítica, escreva novos romances premiados.

### 4.1 CONSTRUÇÃO

Essa imagem que permeia o imaginário popular e as manchetes da mídia não é recente. Mitologicamente, são muitos os feitos que levaram Francisco Buarque de Hollanda a se tornar Chico Buarque – ou que alçaram o cidadão comum à categoria de mito –, fazendo com que sua biografia, por si só, seja mitificada. Desde o seu nascimento a tendência à mitificação existia, uma vez que era dado à luz o filho do famoso historiador Sérgio Buarque de Holanda, autor de, entre outras obras, *Raízes do Brasil* (1936). Daí, foi natural sua convivência, durante sua infância, com muitos dos principais intelectuais brasileiros de meados do século XX, como é ressaltado em sua própria página pessoal<sup>86</sup>: “1954<sup>87</sup> - Sua casa, na Itália, é freqüentada por intelectuais e artistas, entre eles o futuro parceiro Vinicius de Moraes” (BUARQUE, 2016). Clarice Lispector, em 1971, dizia sobre Chico Buarque ao *Jornal do Brasil*: “Nasceu com a estrela na testa: tudo lhe correu fácil e natural como um riacho de roça. Para ele, criar não é muito laborioso” (LISPECTOR, 2016).

<sup>86</sup> Disponível em: <<http://www.chicobuarque.com.br/vida/vida.htm>>. Acesso em: 02 abr. 2016, 23h10.

<sup>87</sup> Nascido em 1944, nessa época, Chico Buarque teria 10 anos.

A precocidade, de fato, é um motor que movimenta a criação do mito do gênio, facilmente atribuído a Chico Buarque. Realizar uma ação notável, qualquer que seja, embute no sujeito maior grau de genialidade na medida em que se associa à infância ou à juventude, ou seja, “A infância transforma-se desse modo no lugar privilegiado para o desabrochar do gênio”<sup>88</sup> (BARTHES, 2012, p. 158). Esse adiantar da vida adulta à infância caracteriza-se, segundo Roland Barthes, como uma ilusão do mito: “perfeitamente representativa desse fato é a noção inteiramente burguesa do *menino prodígio* (Mozart, Rimbaud, Roberto Benzi), objeto admirável na medida em que realiza a função ideal de toda a atividade capitalista: ganhar tempo, reduzir o tempo humano a um problema quantitativo de instantes preciosos”<sup>89</sup> (BARTHES, 2012, p. 158). Chico Buarque, portanto, não apenas convivía com intelectuais de seu tempo, mas cumpria essa atividade tipicamente adulta desde o princípio de sua vida.

O mito do gênio precoce é reforçado em vários pontos de sua biografia: “1956/57 - Compõe as primeiras canções, operetas que eram encenadas com as irmãs mais novas, Ana, Cristina e Pii”; “1959 - Faz sua primeira composição: Canção dos olhos”; “1961/62 - Assina suas primeiras crônicas em um jornal da escola...”; “1964 - Começa sua trajetória pelos palcos e se encontra com os jovens que se tornariam os grandes nomes da MPB...”; “1965 - O primeiro compacto chega às lojas e começam suas experiências com o teatro...”; “1965 - Conhece Caetano Veloso e Gilberto Gil, que seriam expoentes do movimento tropicalista”; “1966 - 10 de outubro - A banda vence, junto com Disparada, o II Festival de Música Popular Brasileira..”. O que importa ao público interessado na obra de Chico saber que o artista, em 1961, escrevia crônicas em um jornal escolar, ainda que desconheça tais textos<sup>90</sup>? A notícia de eventos biográficos como esse não faz mais que demonstrar, reforçando o mito, que o trânsito pelos círculos intelectualizados e a verve criativa (e, portanto, genial) existia desde a flor da idade.

Vencer, aos 22 anos, o II Festival de Música Popular Brasileira foi, de certa forma, a coroação do menino prodígio, com direito a homenagem do já mitológico Carlos Drummond de Andrade: “Viva a música, viva o sopro de amor que a música e banda vem trazendo, Chico Buarque de Hollanda à frente [...]. E se o que era doce acabou, depois

<sup>88</sup> “*L'enfance deviendra donc le lieu privilégié du génie*” (BARTHES, 1970, p. 146).

<sup>89</sup> “*C'est ce dont rend bien compte la notion toute bourgeoise & enfant prodige (Mozart, Rimbaud, Roberto Benzi); objet admirable dans la mesure où il accomplit la fonction idéale de toute activité capitaliste: gagner du temps, réduire la durée humaine à un problème numératif d'instant précieux*” (BARTHES, 1970, p. 147).

<sup>90</sup> Há três textos dessa época disponíveis em sua página oficial. Disponível em: <<http://www.chicobuarque.com.br/texto/index.html>>. Acesso em: 03 abr. 2016, 00h09.

que a banda passou, que venha outra banda, Chico, e que nunca uma banda como essa deixe de musicalizar a alma da gente” (ANDRADE, 2016). Esse foi o pontapé que o posicionou de vez na categoria de celebridade, com o adendo ser um jovem gênio – imagem da qual não se descolará ao longo de sua vida.

As entrevistas tiveram um papel importante na manutenção dessa imagem do início da carreira de Chico Buarque, com perguntas que frequentemente giravam em torno de suas histórias da infância e da adolescência. Em sua entrevista mais antiga disponibilizada para acesso em sua página oficial, dada ao Museu da Imagem e do Som em 11 de novembro de 1966, o tema foi recorrente:

**E<sup>91</sup> - Chico, as primeiras influências musicais de que você se lembra, não em termos de composições mas de audição. Você tá lembrado do ano? Pode situar de quem você teria recebido, quem mais marcou você?**

C - Mesmo antes...

**E - Mesmo erudita, popular, semi-clássica. A primeira fonte musical que tivesse sensibilizado você.**

C - Antes mesmo de ir para Roma, lembro que ainda morava em São Paulo, na Hadock Lobo. Antes dos oito anos eu já lembro de ter ouvido muita coisa assim. Fora as cantigas de roda, aquelas coisas de São João, eu lembro bem de ter ouvido, naquele tempo, coisas de Noel Rosa, coisas de Ataulfo Alves, lembro vagamente.

[...]

**E - Daí para uma formulação musical, um aprendizado, um contato. Você pode nos dizer quando teria começado? Isso deu vontade de compor?**

C - Dava sim, eu fazia musiquinha de carnaval, inventava marchinha, assim de brincadeira.

**E - Isso com quantos anos, Chico?**

C - Antes de oito anos, já tinha esse negócio.

Por associação ao fato de sua biografia que aponta para o convívio com artistas e intelectuais desde sua infância, Chico Buarque também é interpelado sobre esse contato e a influência sobre o início de sua carreira:

**E - E nessa época, vou situar em 58, você já tinha amigos que eram profissionais na música? Já tinham um campo musical mais evidente em São Paulo, no Brasil?**

C - Vinicius freqüentou a minha casa em Roma. Ele ia sempre, ele tava lá na embaixada. Não sei qual era o posto dele lá. E ele ia sempre em casa. Foi o primeiro contato assim, inclusive com as músicas que ele fazia, músicas e letras. Aquelas músicas, primeiras dele. Aí nesse tempo, mais tarde, eu tive contato com o pessoal que era da turma da minha irmã, que era mais ligada aos profissionais.

---

<sup>91</sup> “E”: Entrevistador (Ricardo Cravo Albim, Ary Vasconcelos e Ilmar de Carvalho, membros do conselho superior de música popular brasileira). “C”: Chico Buarque. Os negritos são meus, inseridos com a finalidade de melhorar a legibilidade das perguntas e das respostas. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre\\_11\\_11\\_66.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre_11_11_66.htm)>. Acesso em: 03 abr. 2016, 13h51.

[...]

**E - Vamos encontrar esse contato com Vinicius novamente já no advento da Bossa Nova, depois de 58?**

C - É, depois que eu já tava tocando violão, uma vez eu fui na Clínica São Vicente, com o meu tio que apresentou o Vinicius de novo.

**E - Você sabe a data? Pelo menos o ano?**

C - Deve ser 61, por aí. Foi quando ele tinha feito aquela música Para que chorar, com o Baden. 61, 62...

**E - Você acha que o Vinicius teria tido alguma impressão de você, preconizando o que você representaria hoje? Ou você o procurava para um estímulo?**

C - Eu não procurei não, porque eu sou tímido pra esse negócio. Meu tio até que forçou um pouquinho para o Vinicius ouvir, ele não tava com vontade de ouvir não, claro. (risos). Eu toquei uma música, duas, na segunda ele disse que minha música era boa e que ele gostava, então me deu estímulo e tal. Aí chegou o Baden, de São Paulo, ele mostrou a letra da música, aí eles começaram a cantar Para que chorar, esqueceram da minha música.

[...]

**E - Chico, voltando ao seu começo musical. Você disse que já tocava na época em que conheceu Vinicius, por quem você tinha - naturalmente - admiração pela obra. Você já tocava violão? Como foi que você começou a tocar violão? Qual foi o processo?**

C - Aquele mesmo amigo meu, nós fazíamos no boteco aqueles sambinhas meio Ataulfo Alves.

[...]

**E - E a primeira, primeiríssima música que você compôs? Você poderia recordá-la aqui para o museu?**

C - Nem sei se vale a pena.

**E - Vale a pena como um documento. Isso é um depoimento pessoal, mas é acima de tudo um documentário. Chico, você fica à vontade, para nós é importante isso. Porque esse documentário é uma coisa que vai ficar aqui e você vai ver o registro histórico daqui 30, 40 ou 50 anos. Você tem que projetar no espaço para esse tipo de importância.**

C - (canta Canção dos olhos) Uma coisa assim... (risos). Eu tocava com esse dedão aqui e não dava baixo nenhum... só tocava assim.

**E - Seria interessante se você lembrasse a música toda.**

C - (canta Canção dos olhos) Tinha uns 15 anos.

**E - Com 15 anos você compôs essa música?**

C - É.

**E - Influência da primeira fase da Bossa Nova.**

C - Claro, (risos) eu cantava mais João Gilberto que eu pudesse cantar.

A busca de informações sobre como o sujeito se tornou o que é, indagando por cenas e ações da infância e da juventude que revelam, sob algum aspecto, a preparação do gênio, é um tópico recorrente nas entrevistas com celebridades, elencado por Leonor



Arfuch como um dos que frequentemente surgem em conversas com escritores. Junto a essa busca pela origem do mito, outra temática típica desse contexto, presente também na entrevista de Chico Buarque, é a menção às influências sobre sua obra: “A cena da escrita se desdobra, assim, quase obrigatoriamente, em outra cena mítica: a da leitura, que pode ser também a das vozes dos mais velhos, com as quais se tece a identificação” (ARFUCH, 2010, p. 224). Apesar de mais frequente no início da carreira, tal abordagem não desaparece completamente na vida do artista, como se vê na entrevista dada a Elifas Andreato, do *Almanaque Brasil*, em 2007<sup>92</sup>:

**Entre as principais influências artísticas de muita gente da música brasileira está Vinicius de Moraes. Ele, amigo de seu pai, foi também importante na sua formação, na escolha de sua carreira?**

Vinicius foi um grande amigo meu, mas no fundo nunca deixei de vê-lo como uma extensão do meu pai. Era uma espécie de meu pai mais doido que me acompanhava por aí, um papai de noitadas, bebedeiras e confissões exaustas. Era às vezes o meu pai em versão criança. E acabou sendo um meu pai mais íntimo. Mas muita coisa que vi no Vinicius já tinha aprendido com meu pai. Como achar graça de quem se dá importância, de quem se leva muito a sério. [...]

**O que te levou à música, em detrimento de tantas escolhas que se apresentavam?**

Um compacto simples chamado Chega de Saudade, de João Gilberto, lançado em 1958.

Se retomarmos as estruturas dos mitos das sociedades arcaicas, lembraremos que um modelo frequente é o da *cosmogonia*, que consiste em contar como se criou um κόσμος, onde poderão ter origem todas as outras coisas existentes. Mircea Eliade constatou, em *Mito e realidade*, que em algumas sociedades havia uma repetição da cosmogonia quando da ascensão de um soberano, que, após um período de retorno a uma fase embrionária (na qual haveria uma maturação do universo, possivelmente relacionado com a maturação das colheitas), renasceria com *Cosmocrator*, um renovador de todo o Cosmo, associado ao Cosmo e ao Deus-Tudo:

É fácil compreender por que a entronização de um rei repetia a cosmogonia ou era celebrada por ocasião do Ano Novo. O rei era tido como o renovador de todo o Cosmo. A renovação por excelência tem lugar no Ano Novo, quando se inaugura um novo ciclo temporal. Mas a *renovatio* efetuada pelo ritual do Ano Novo é, no fundo, uma reiteração da cosmogonia. Cada Novo Ano recomeça a Criação (ELIADE, 1972, p. 53).

Atualizando a figura do soberano para a celebridade contemporânea, penso que a busca pelo momento de *criação do gênio*, sendo esse gênio, enfim, o grande criador de

<sup>92</sup> “Papo cabeça pra pensar”. Disponível em:

<[http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre\\_almanaque\\_0108.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre_almanaque_0108.htm)>. Acesso em 05 abr. 2016, 00h46.

novos mundos, sob certos aspectos, assemelha-se à cena da cosmogonia, de onde emanaria o κόσμος. Periódica em muitas sociedades, essa renovação ocorreria, em nosso tempo, com o surgimento de novos seres míticos capazes de dar origem a mundos inteiros.

A cosmogonia é o modelo exemplar de todos os tipos de “atos”: não só porque o Cosmo é o arquétipo ideal de toda situação criadora e de toda criação – mas também porque o Cosmo é uma obra divina, sendo, portanto, santificado em sua própria estrutura. Por extensão, tudo o que é perfeito, “pleno”, harmonioso, fértil, em suma: tudo o que é “cosmicizado”, tudo o que se assemelha a um Cosmo, é sagrado. Fazer bem alguma coisa, trabalhar, construir, criar, estruturar, dar forma, in-formar, formar – tudo isso equivale a trazer algo à existência, dar-lhe “vida” e, em última instância, fazê-la assemelhar-se ao organismo harmonioso por excelência, o Cosmo. Ora, o Cosmo, repetimos, é a obra exemplar dos Deuses, é a sua obra-prima (ELIADE, 1972, p. 62).

Como origem do próprio Deus-criador, a cosmogonia precede todas as demais criações. Esse comportamento diante de uma celebridade – em especial as oriundas das classes artísticas – ressurge a cada nova manifestação em público, seja em entrevista, em depoimento, em palestra, em mesa-redonda ou em participações em quadros de grande interesse do público de programas televisivos, como o quadro “Arquivo confidencial”, apresentado no Domingão do Faustão, da Rede Globo. Se algumas manchetes *flagram* a celebridade em situações comuns e triviais (Chico Buarque compra baguetes para o lanche da tarde e Caetano Veloso estaciona o carro no Leblon), a cena da cosmogonia a reposiciona em seu panteão habitual, distante do público, incapaz de reproduzir tais feitos. O mito, portanto, se renova.

Há, ainda, um prosseguimento do efeito de cosmogonia em outras instâncias, por meio dos mitos de origem, que dá ao conhecimento a forma como as coisas surgiram, numa espécie de criação exemplar: “Todo mito de origem conta e justifica uma ‘situação nova’ – nova no sentido de que não existia desde o início do Mundo. Os mitos de origem prolongam e completam o mito cosmogônico: eles contam como o Mundo foi modificado, enriquecido ou empobrecido” (ELIADE, 1972, p. 75). Se a cosmogonia é a *criação do Deus-criador* e seu Cosmos, no viés pelo qual estamos olhando a mitologia contemporânea, comportamentos típicos de mitos de origem se observam no rito de rememoração do processo de criação de suas obras. Esse tipo de busca nas entrevistas é ainda mais frequente que o anterior, uma vez que se renova a cada nova produção: “No entanto, a curiosidade ronda as coisas: como surgiu uma ideia, um nome, um rosto, um desenlace [...]” (ARFUCH, 2010, p. 229). Chico Buarque, obviamente, não deixa de ser interpelado da mesma maneira, como se nota na sequência da entrevista de 1966:

**E - Como é que nasceu A banda? Porque é realmente uma explosão na M P B, pela repercussão, pelo próprio mito de que ela se constituiu. Como é**

**que nasceu? Como é que você a compôs? Houve alguma inspiração, alguma imagem de infância, alguma coisa?**

C - Tem duas coisas. Primeiro esse problema que um jornalista escreveu que eu... E eu não poderia ter escrito A banda porque eu nasci em cidade grande e nunca vi banda. Talvez eu não tivesse visto mesmo. Eu vi, mas não me lembro de nenhuma especialmente que tenha me levado a fazer A banda, mas eu vi. Eu morava na Hadock Lobo, em São Paulo, o terreno de costas era baldio que é na rua Augusta. Hoje a rua Augusta é aquele negócio, mas naquele tempo tinha circo, parque de diversão, eu lembro que tinha bandinha lá. Quando eu estudei em Cataguases havia bandas. Quando estive na Europa eu vi a banda de escoceses, a troca de guarda, que inclusive marcou bastante. Vi que a banda é um negócio alegre para todo mundo, mas não foi um pensamento: vou fazer música com banda. Quando eu voltei da Europa veio aquela onda de fazer coisas, aí que eu fiz uma série de músicas e A banda saiu aí no meio. Eu lembro que fiz até na hora do almoço, não tinha nada a ver com banda, estava com fome, esperando o almoço. Eu tive a idéia da imagem da banda passando e vi várias coisas acontecendo. Não saiu a letra antes da música, foi a idéia da letra que saiu antes de qualquer coisa. A idéia da banda passando e das coisas que acontecem. Logo eu tive várias imagens: a moça que vai para janela, o cara contando o dinheiro. Aí peguei o violão e saiu.

**E - Sabe a data precisamente?**

C - Não sei, mas foi em julho desse ano.

**E - Você elaborou a estrutura básica da melodia da música antes do almoço ou almoçou e de barriga cheia fez essa obra prima?**

C - (risos) Eu não sei. Quando vem a coisa assim já fico entusiasmado. A coisa melhor do mundo é isso. Faz um tempão que não faço nada, ontem tive a impressão que ia fazer um samba, aí fui buscar o violão, quando achei já não tinha mais vontade. Na hora tem aquela idéia fixa, aí não tem fome, não tem nada.

**E- Você não almoçou no dia em que compôs A banda?**

C - Almocei sim. Devo ter almoçado mais tarde, com o lápis e papel na mão. Eu fiz quase inteira de estalo, o único problema que ficou foi de mandar a banda embora. Aquele final todo foi posterior. Não queria deixar a banda tocando para sempre na rua, porque eu gosto de deixar as coisas mais reais.

**E - Qual foi o primeiro privilegiado a quem você mostrou a música? No auge do entusiasmo você compôs a música num dia e no dia seguinte mostrou ou guardou?**

C - Guardei um pouquinho, a gente sempre tem medo de mostrar antes. Ao mesmo tempo tinha feito outras músicas, como Morena dos olhos d'água. Eu lembro que fui mostrar num bar, lá em São Paulo, que cantávamos com os Baianos, Gilberto Gil, Torquato. E eu lembro que eu fui mostrar mesmo era Morena dos olhos d'água que eu tinha em papel. A banda eu tinha mas estava incompleta ainda. E eu mostrei Morena dos Olhos d'água. E eles gostaram. Ainda não era a hora de eu mostrar, mas com o entusiasmo, mostrei A banda incompleta. Eles entusiasmaram-se muito mais com A banda, tanto que não ia mandar para o festival, ia mandar esse outro samba.

**E - Portanto o grupo Baiano foi o primeiro a ouvir A banda? Gostaram e você resolveu mandá-la para o festival?**

C - Não, aí eu acabei. Quando eu acabei chegou o Caetano Veloso, no outro dia, e pediu para eu mostrar A banda. Ele se entusiasmou. Aí eu fiquei em dúvida, no fim eu mandei A banda pro Festival.

O artista é, nesses termos, o Deus ao qual se recorre para conhecer a origem de tudo – até mesmo de sua própria divindade –, como resquício, na sociedade contemporânea, de um comportamento mítico atribuído às sociedades arcaicas.

Não se trata de uma novidade falar que o sujeito constrói por *máscaras*, *personas* e *outros eus* nas diversas modalidades de sua interação com a sociedade, indo na contramão de um pensamento ainda vigente que atribui a esse sujeito uma identidade única, coesa e bem delineada. A imagem de Chico Buarque, ao longo de sua carreira, em sua relação com a mídia e com o público, adquiriu múltiplas nuances, que foram se associando paulatinamente à sua mitificação – da qual não mais se dissocia. Em entrevistas, depoimentos, textos variados, *shows*, participação em programas de televisão e de rádio, as personalidades de Chico foram produzidas e assimiladas pelos espectadores/ouvintes/leitores. As da fase inicial, claro, foram os traços de gênio precoce e de membro da elite intelectual brasileira desde o nascimento. Logo também se delineou o perfil tímido, ao qual se atribuíram também ares de nobreza e de discrição:

**E - Uma pergunta que valia mais por curiosidade, mas que tem um valor humano. Nesse momento de explosão, o povo todo cantando, trazendo uma mensagem de muita alegria. Implicitamente envolve você numa máquina do sucesso, a máquina do êxito. Como se sente diante disso? Você que é um homem tranquilo, tímido.**

C - Me sinto mal pra burro.

(Museu da Imagem e do Som, 11 de novembro de 1966).

A turnê nacional do show Carioca estréia no dia 30 de agosto, no Tom Brasil, em São Paulo, e se estenderá até junho de 2007, por mais sete cidades. Para Chico Buarque, no entanto, subir no palco ainda provoca uma certa angústia: “Eu não sou tímido na minha vida normal. Mas eu não acho que seja normal subir no palco e cantar. Ali, realmente, travo um pouco. Não sei como vai ser o próximo show, espero não sofrer. Eu gosto dos ensaios, gosto de viajar com os músicos, essa coisa toda é muito boa, a gente se diverte muito. Mas entrar no palco, uma estréia, quando penso agora fico um pouquinho apreensivo. Às vezes, a boca fica seca. Sei lá, acontece mesmo de esquecer tudo, de dar tudo errado. Mas ao logo da temporada vai melhorando”. (*Revista GOL Linhas Aéreas Inteligentes*, n. 53, 08/2006).

E tais características se associaram à aparência física do artista, admirada em especial pela cor dos olhos, posicionando-o ainda mais distante do cidadão comum:

Não se afobe não, que nada é para já/O amor não tem pressa, ele pode esperar - canta Chico nos versos da canção “Futuros Amantes”. “Claro, Chico, eu espero, o tempo que você quiser”, suspira a ouvinte. Essa cena, fictícia, representa um desejo feminino bastante comum, e não restrito a adolescentes, quando se trata de Chico Buarque. Já se tornou folclórica a sedução que Chico exerce sobre as mulheres. Mas agora falando sério, por que ele é tão atraente? A julgar pelas entrevistas colhidas pela reportagem, um dos aspectos fundamentais - para além da evidente beleza de sua poética e de seus olhos - é a sua discrição, a forma elegante como preserva sua vida privada, qualidade atualmente rara entre famosos, cada vez mais falastrões, exibicionistas, prepotentes e tolos. (*O Estado de São Paulo*, 19 de junho de 2004).

Em depoimento publicado na *Folha de São Paulo* em 19 de outubro de 1991<sup>93</sup>, Sérgio Buarque de Holanda acrescentou mais um traço: o de que a timidez só existe, de fato, sob os holofotes. Essa possível contradição na imagem de Chico Buarque (ele, então, é tímido ou não?) parece não ser bem disseminada pelo público, predominando, enfim, o reflexo da discrição.

A imagem que o público fixou de meu filho não é correta. Para o público, Chico é tímido (antes de tudo, tímido), bonzinho, retraído. Nada disso. Pelo menos em família e com os amigos, é completamente diferente, um rapaz brincalhão, extrovertido, bem para fora. Quando ele aparece em público, torna-se diferente. Talvez seja o medo de parecer ridículo. Mas podem crer, ele não é tímido, nem bonzinho. É, sem dúvida, uma boa pessoa. Mas não bonzinho, no sentido em que esta palavra é interpretada.

[...]

A família ficou um pouco tonta com o sucesso tão fulminante, tão rápido. Mas já nos acostumamos. Chico é que não se habituou a ele. Ficou muito contente de ter ido a Paris, porque ninguém o conhecia por lá. Talvez o sucesso tenha provocado uma espécie de defesa, tornando-o um pouco retraído. De fato, meu filho não é tímido. É bem diferente a imagem que temos dele. Trata-se de uma pessoa normal, alegre, sem problemas graves de personalidade. Eu sei o que eu estou falando. Sou seu pai há 23 anos.

Muitas vezes, a reclusão de celebridades resulta num efeito oposto ao que se pode esperar: um interesse ainda maior sobre sua vida. Se na música brasileira um caso dos mais comentados é o de João Gilberto, conhecido por realizar raros *shows* e por exibir sua vida particular de maneira ainda menos frequente, na literatura, algumas figuras também demonstraram igual comportamento, como os brasileiros Rubem Fonseca e Dalton Trevisan, marcados pela aversão à exposição midiática.

O espanhol Enrique Vila-Matas, autor badalado internacionalmente e que cada vez mais ganha espaço nas prateleiras brasileiras, comportando-se distintamente de Fonseca e Trevisan, também apresenta algumas particularidades: tal como J. D. Salinger, Samuel Beckett e Robert Walser, tem como alvo o desaparecimento – “a obrigação do autor é desaparecer” (VILA-MATAS, 2009, p. 75), já dizia o personagem Anatol, no conto “A arte de desaparecer”, de *Suicídios exemplares*. Em seus romances, é recorrente o tema do desaparecimento do autor para além de sua obra. Ele lembra, por exemplo, que Walser “tinha consciência de que todo escritor deve ser esquecido logo que acabe de escrever” (VILA-MATAS, 2004, p. 26), e que, para Bernardo Atxaga, “são, a seu modo de ver, excessivas entrevistas, congressos, conferências e apresentações diante da

<sup>93</sup> Disponível em:

<[http://www.chicobuarque.com.br/texto/depoimentos/mestre.asp?pg=depoto\\_hollanda1.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/depoimentos/mestre.asp?pg=depoto_hollanda1.htm)>. Acesso em: 05 abr. 2016, 22h23.

imprensa. Questiona-se sobre até que ponto o escritor tem de estar na sociedade e nos meios de comunicação” (VILA-MATAS, 2004, p. 62).

Ainda assim, Vila-Matas não deixa de ser um mito contemporâneo<sup>94</sup>. Multipremiado, seus livros, já numerosos, estão traduzidos em dezenas de países. A mitificação, pois, produz uma aporia: os autores que se recusam, ou dizem se recusar, a participar da midiaticização não escapam dela – e o efeito se torna contrário: quanto maior a resistência à mídia, maiores são os interesses por conta do mistério envolvido. Sabemos, claro, que a própria recusa também é uma construção autoral – é uma opção. Contudo, vejo que, no atual cenário do mercado editorial, aos autores mais conhecidos sobram duas opções: entrar no jogo ou recusá-lo (e a recusa o insere ainda mais a fundo nessa trama). Nesse caso, a indiferença não é uma opção, uma vez que participar do círculo mercadológico de grande porte implica, pouco mais ou pouco menos, aceitar suas regras.

Chico Buarque oferece ao público e à mídia traços que, em um momento em que o espírito de época insta pela encenação do real, pela exibição *da vida como ela é* e pela redefinição de parâmetros como público e privado, instigam, aguçam e afloram o consumo de sua imagem de tímido/sedutor, gênio precoce, de celebridade discreta, de belo/intelectual, de escritor/compositor, de nobre que compra baguetes para o lanche da tarde. Até mesmo um modesto recado de Chico Buarque se torna um objeto de destaque. Destinado a revelar bastidores de suas composições, o livro *Histórias de canções: Chico Buarque* (2009), de Wagner Homem<sup>95</sup> – que reforça, por sua vez, o mito da origem nas canções –, reproduz na quarta capa um pouco entusiasmado *e-mail* do compositor ao autor. Honestamente, a que se deve a inclusão de tal mensagem no livro? Mostrar a aprovação do compositor? Dar a ver a amplitude da cobertura das histórias, reconhecidas pelo próprio Chico Buarque? Exibir ao público que o autor fez contato com o mito? De qualquer maneira, trata-se de um *e-mail* de Chico Buarque, cujo valor supera, para o público e para o mercado, o teor de um recado comum.

Para: Wagner Homem

De: Chico Buarque

Data: Sexta-feira, 30 de janeiro de 2009 18:24

Gostei da leitura, flui muito bem. Enquanto lia, eu pensava, tenho uma história boa para contar ao Wagner. Mas, à medida que o livro avançava, todas essas

<sup>94</sup> Tanto que o autor e sua obra se tornaram mote para outro romance, *Se um de nós dois morrer*, de Paulo Roberto Pires (2011). Aqui, o autor brasileiro se apoia nos temas de *O mal de montano* e *Bartleby e companhia* para alcinhar o termo “síndrome de Vila-Matas”, com o qual descreve o protagonista, Théo, numa malha autoficcional que se envereda pela trajetória autoral de Pires. O auge desse relato transliterário é a narração e o contato com o próprio Vila-Matas, que compareceu à Feira Literária Internacional de Paraty no ano de 2005 e acabou virando personagem de *Se um de nós dois morrer*.

<sup>95</sup> Responsável por criar e alimentar a página oficial de Chico Buarque.

histórias apareciam. Vou pensar mais um pouco, procurar alguma anedota inédita, mas acho que você as conhece todas, melhor que eu.  
Um grande abraço,  
Chico

O processo de mitificação também pode envolver a *contestação* do mito, por interesses diversos. Para além dos aspectos relativos aos livros e às músicas, muitas das críticas sobre Chico Buarque recaem sobre sua imagem e sua origem elitizada:

Enfim, dá-se a Chico Buarque o espaço que ele merece como inquestionável mestre da MPB. Se resolvesse pintar quadros ou fazer cinema, continuaria ganhando imenso destaque. Conquistou esse privilégio, vá lá. Mas não venham me dizer que é O Grande Escritor Brasileiro. Não é mesmo.

Pelo bem da literatura nacional, gostaria muito que metade da grana gasta com o marketing de “Leite derramado” fosse investida na promoção de outros autores nacionais. A saber: Miguel Sanches Neto, Alexandre Brandão, Marcelo Carneiro da Cunha e João Paulo Cuenca, entre outros tantos. Esses caras certamente andam produzindo coisa muito boa e bem merecem mais espaço - nas editoras, nas livrarias e na imprensa. Mas a gente, claro, continua nas capitânicas hereditárias, e vamos que vamos (VASCONCELOS, 2016).

Nenhuma falha, contudo, é mais grave do que a abordagem sociológica de boteco (ou de centro acadêmico) que Chico aplica à história. Em todo o tempo ele se dedica a culpar a origem nobre de seu protagonista como razão de todos os descaminhos do país – do racismo à corrupção política. Pedido de desculpas de um burguês (um Buarque de Hollanda...) a várias gerações de miseráveis? Talvez (LOPES, 2016).

Basta dizer que, nesse vaivém de memórias ululantes, o livro se “sustenta” e a gente finge que acredita que aquilo que poderia ter sido um enredo de escola de samba, é o novo acontecimento literário das últimas décadas no Brasil, quiçá dos últimos 200 anos de história do Brasil. Um “tempero”, continuamos falando do Brasil afinal de contas, que acaba avinagrando, porque o país apodrecerá de qualquer maneira e o destino de cada personagem foi — desde a primeira página — preguiçosamente traçado (o chalé de Copacabana dá lugar a um prédio Art-Déco, ah ... nem acreditei quando Chico Buarque carregou em tons dramáticos nessa hora) para agradar distintas plateias, desde as madames da Casa do Saber até chegar ao cemitério das ilusões premiadas, digo USP, e tudo o que era poesia, e tudo o que era Chico Buarque veste fraque e cartola e se desfaz numa metáfora enviesada e besta daquilo que o autor nos prometia no início do livro. O avesso do avesso no pior sentido: afinal a aristocracia dos olhos azuis-turquesa acabará prevalecendo em detrimento da literatura que o Chico — eita! — conseguiu desperdiçar (MIRISOLA, 2016).

Como o mito recluso que é, quando Chico Buarque se manifesta – com ou sem desejo intencional de *flashes* –, logo se torna manchete. Uma das facetas que se firmaram sobre o compositor foi a oposição ao regime ditatorial brasileiro, em especial por meio de suas músicas. Na abertura democrática, manteve-se mais contido também nas opiniões políticas, o que mudou com a ascensão do Partido dos Trabalhadores (PT) à presidência da república com Luiz Inácio Lula da Silva e, posteriormente, com Dilma Rousseff.

Apoiador do governo, Chico Buarque voltou a frequentar as páginas da mídia, principalmente as de jornalismo político, durante as campanhas eleitorais dos presidenciáveis e seus posteriores mandatos. No entanto, com o acirramento da oposição no segundo governo de Dilma Rousseff, os ataques ao compositor se tornaram mais acintosos nas ocasiões em que opinou sobre a conjuntura política. Os críticos não deixaram de também deslegitimar Chico Buarque por meio de sua imagem. Em dezembro de 2015, o compositor postou em sua página do *Facebook* os ataques verbais sofridos em uma discussão com jovens no Leblon sobre as políticas do PT<sup>96</sup>. Esse evento, naturalmente, suscitou reações as mais diversas, desde apoio e solidariedade da própria presidenta a deboches entre os comentaristas, que não pouparam ataques pessoais em prol da oposição política.

Em terceiro lugar, destaque-se a arrogância do fidalgo, que começou a vida sendo incensado porque, afinal, era filho de Sérgio Buarque de Holanda, o autor, entre outros, do clássico “Raízes do Brasil”. É nesse livro que Buarque de Holanda, o pai, explica Buarque de Holanda, o filho.

[...]

Vejam lá com que sem-cerimônia Chico exige credenciais de seus interlocutores. Diz um dos jovens, aludindo ao fato de que o cantor, de fato, passa a maior parte do tempo em Paris: “Meu pai também está em Paris. É gostoso Paris, né?”. E Chico, com a empáfia do patronato descrito por seu pai: “Rapaz, engraçado, eu não tou te reconhecendo!”. Aí diz o outro: “Você é famoso! Eu não sou!”. Indagado, o interlocutor revela seu sobrenome, e o Chico do Sérgio o repete, com esgar de desprezo. O filho de Sérgio Buarque exige credenciais de quem fala com ele. O pai diria que o comportamento de seu rebento é a cloaca moral do “homem cordial” de “Raízes do Brasil”.

[...]

Nota: ele já fez músicas de alta qualidade, sim. Seus livros, no entanto, são um lixo subliterário, e ele só parou de ganhar Jabutis em penca depois que apontei a patuscada que fazia dele um vencedor que nem precisa disputar. Ele me atacou num artigo. Demonstrei por que seus livros são ruins. Ele enfiou o rabo entre as pernas. Fidalgo! Será que Chico é um merda?

[...]

Chico Buarque, incensado pela imprensa também por suas ignorâncias, é um homem notavelmente autoritário. Sai por aí, se preciso, a espalhar as mentiras mais asquerosas em nome da ideologia.

[...]

Como prosador, Chico é uma lástima, mas ele já soube produzir boas letras, até ser derrotado por uma “mulher sem orifício” — seja lá o que isso signifique e que não possa eventualmente ser remediado com Citrato de Sildenafil, Tadalafila, chá de catuaba ou reza braba. É claro que o autor da bela música “Soneto” é capaz de reconhecer uma letra ruim — embora seu soneto tenha se atrapalhado um pouco no ritmo, com a irregularidade das tônicas: os versos ora são sáficos, ora são heroicos, ora não são nada. Mas Chico é um letrista, não um poeta, como dizem.

(Reinaldo Azevedo<sup>97</sup>, *Veja.com*, 24 de dezembro de 2015).

<sup>96</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/12/chico-buarque-posta-video-apos-bate-boca-com-jovens-no-rio.html>>. Acesso em: 05 abr. 2015, 23h49.

<sup>97</sup> Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/mas-afinal-de-contas-chico-buarque-e-ou-nao-e-um-merda/>>. Acesso em: 05 abr. 2016, 23h35.



Chico Buarque é uma farsa em todos os sentidos. Como “compositor” o leitor até tem o direito de respeitá-lo, apesar de o termo ser forte para o autor. Como escritor, sua qualidade é ainda mais questionável. Mas o lado artístico é o que menos importa aqui. Chico, como comprova de forma patética Greg, é tido como um Deus por esquerdistas, e não exatamente por suas músicas, e sim por ser um ícone da classe artística defensora do socialismo.

É um guru da esquerda caviar, enfim, e por isso é idolatrado por tantos. Só que nunca foi um defensor das liberdades de fato, nunca foi um democrata genuíno. Aplaudiva ditaduras há anos, é bajulador do tirano responsável pela mais longa e cruel ditadura do continente, e defende o PT acima de tudo, inclusive da verdade, da Justiça, da democracia, da qualidade de vida dos mais pobres. Chico Buarque merece o desprezo de todo brasileiro consciente politicamente. E a reverência dos idiotas úteis, sem dúvida.

(Rodrigo Constantino<sup>98</sup>, *Blog Rodrigo Constantino*, 30 de dezembro de 2015).

O burguês do ‘lari-lará’, Chico Buarque de Hollanda, e o chefe da burguesia do capital alheio, João Pedro Stedile, chefe do MST, estão juntos num vídeo. O conjunto da obra é asqueroso. Inclusive pela mentira objetiva e pela ignorância.

Stedile, cuja ocupação é desconhecida — além de comandar uma organização que vive de dinheiro público, especializada em invasão de propriedade privada — entrevista Chico Buarque, o magrelo pançudo (se quiserem, isso pode ser metáfora), num campo de futebol de propriedade do cantor, compositor e pretenso escritor.

(Reinaldo Azevedo<sup>99</sup>, *Veja.com*, 16 de setembro de 2015).

Se a *chicolatria* é evidente, os movimentos de *chicoclastia* também operam em favor do artista: há lucro sempre que sua imagem é veiculada. Chico Buarque, portanto, é, ele próprio, uma máquina de mitos – para dialogar com o título da obra fundamental para a análise dos três primeiros romances buarqueanos, *A máquina de escrita (de) Chico Buarque*, de Andréia Delmaschio (2014): “Um dos traços que caracteriza a chicolatria hoje é justamente a excessiva – e inevitável – admiração pela obra como resultado da idolatria ao homem, ao artista ou mesmo, inconscientemente, à *griffe*” (DELMASCHIO, 2014, p. 22). Em *Mortos vivos* (2008), livro de contos, Andréia Delmaschio narra o encontro de uma personagem, cujas características biográficas, incluindo o nome próprio, apontam para a autora, com Chico Buarque (“Encontrei o Chico Buarque no Rio”, p. 11), durante o período de escrita de sua tese de doutorado (“Conversamos alguns minutos e eu expliquei que fazia tese sobre seus romances”, p. 11). A autora pontua na narrativa o percurso da personagem desde o contato telefônico até a carona ao hotel após a conversa durante um jantar, entre a surpresa da aproximação de uma figura *mítica* e o desafio

<sup>98</sup> Disponível em: <<http://rodrigoconstantino.com/artigos/mais-alexandre-garcia-menos-chico-buarque/>>. Acesso em: 05 abr. 2016, 23h21.

<sup>99</sup> Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/as-mentiras-asquerosas-de-stedile-e-chico-buarque/>>. Acesso em: 06 abr. 2016, 00h04.

incisivo de se manter na suposta *neutralidade* científica esperada pela universidade (“Afinal, ali estavam uma pesquisadora e o seu objeto de estudo. Se não cuidasse, lá ia eu de novo caindo na arapuca do mito”, p. 17). O desafio se faz na tentativa de não se render à mitificação estando à frente de um dos artistas mais mitificados no Brasil contemporâneo e, ao mesmo tempo, também não transformar a situação numa espécie de *mitificação negativa*, ou num excesso de *chicoclastia*, quando o impulso de não recair na figura do mito se torna imperativo de forma que a desmitificação obstinada domine as ações (“Vendo-o ali, o olhar absorto cortado pelas luzes da cidade, os dedos claros contrastando com o couro negro do volante, tive de me render em silêncio à parte da mitologia que cerca a sua figura e percebi que minha preocupação com isso já se tornava obsessiva. Prometi a mim mesma salvar a tese dela – da obsessão”, p. 21), embora a reflexão sobre os processos e intenções de mitificação compoñham o trabalho crítico:

Fui notando nele a contradição: achou ótimo que eu quisesse discutir as redes mitológicas que desde o início da carreira como compositor se armaram em torno de sua figura e de seu nome. Ele que, muitas vezes, se esforçara por desfazê-las, reforçando-as ainda mais, nesse esforço, tendo tido sempre consciência do paradoxo e, por que não dizer, valendo-se muito bem dele. E ali estávamos nós: o mito, que se construiu no ato de desconstruir-se, e eu, que o reconstruo, na pretensão de desconstruí-lo (DELMASCHIO, 2008, p. 16).

Em carona com Andréia Delmaschio, no movimento de *reconstruir* para *desconstruir*, entraremos na seara das obras literárias de Chico Buarque. Na construção de sua múltipla imagem, notamos que o desafio imposto à mitificação a partir dos anos de 1990 foi se o mito resistiria à excursão pela literatura, uma vez que até então a chicolatria se dedicava às composições e às características pessoais e biográficas do artista.

N’*O Globo*<sup>100</sup> de 13 de fevereiro de 1996, a respeito do romance *Benjamim*, foi dito pelo tradutor e escritor Marcos Santarrita: “Admiro Chico Buarque como compositor, mas um livro escrito por ele tem tanto valor quanto um romance escrito por Xuxa ou Renato Aragão”. Qual seria o valor atribuído aos romances que fossem escritos por Xuxa ou Renato Aragão? O que esse valor diz respeito ao valor atribuído ao romance de Chico Buarque? O que Marcos Santarrita possivelmente quis dizer foi: os romances de Xuxa ou de Renato Aragão são naturalmente de baixa qualidade, uma vez que são celebridades cujos talentos não residem na literatura; logo, por similaridade na fama, o romance de Chico Buarque só pode ser ruim.

<sup>100</sup> Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=benjamim\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=benjamim_critica.htm)>. Acesso em: 06 abr. 2016, 00h36.

Essa *chicoclastia* tende, com frequência, a um interesse de autopromoção. Já vimos que o mito Chico Buarque tem uma força muito grande no imaginário popular – quase com unanimidade. A tentativa de arranhar essa imagem, logo, leva o iconoclasta a alcançar visibilidade (dentro dos *15 minutos de fama?*), afinal, querem revelar a falha de uma deidade (e não no estilo das reportagens que mostram a humanidade dos mitos, para depois alçá-los novamente ao pedestal). Uma das tentativas de tal gesto crítico se concentra especificamente na qualidade de seus romances, numa espécie de resistência a admitir que Chico Buarque, além de tudo, também seja um bom escritor. Não há objeções, em comparação, com relação à sua qualidade como compositor e letrista. Também sua vida particular, discreta, oferece raras oportunidades para os críticos (a não ser sobre suas convicções políticas, muito atacadas após a reeleição de Dilma Rousseff). Já sua atuação como autor literário tem sido alvo de alguns comentários desfavoráveis, ora baseados na qualidade narrativa, ora na agressividade por motivações políticas, como nas falas de Rodrigo Constantino e Reinaldo Azevedo, respectivamente: “Como ‘compositor’ o leitor até tem o direito de respeitá-lo, apesar de o termo ser forte para o autor. Como escritor, sua qualidade é ainda mais questionável”; “Como prosador, Chico é uma lástima, mas ele já soube produzir boas letras”. Nesse suposto ponto de cisão entre a obra do compositor e a do escritor, optarei por aproximar as obras literárias para ver o que nelas há de mito, de Chico e de Francisco.

#### 4.2 MITO DOS/NOS ROMANCES DE CHICO BUARQUE

Têm-se chamado os romances publicados a partir de *Estorvo* (1991), com a sequência de *Benjamim* (1995), *Budapeste* (2003), *Leite derramado* (2009) e *O irmão alemão* (2014), como a fase “de maturidade” de Chico Buarque. Tal adjetivação merece cuidado. Ela opõe tais romances às publicações anteriores, a saber: *A banda* (1966, *songbook*), *Roda viva* (1967, teatro), *Calabar* (1973, teatro), *Fazenda modelo* (1974, novela), *Gota d’água* (1975, teatro), *Ópera do malandro* (1978, teatro), *Chapeuzinho amarelo* (1979, infantil), *A bordo do Rui Barbosa* (1984, poema ilustrado). Julgar os romances pós-1990 como “de maturidade” implica considerar as obras anteriores como *imaturas*? As oito obras anteriores, em primeiro lugar, apresentam uma miscelânea de gêneros, em geral menos populares que os romances (teatro, novela, poesia), com a ressalva de que a obra infantil, embora ainda lute por espaço no meio acadêmico, alcança

sucesso de público, chegando, em 2015, à sua 37ª edição, premiada com o Jabuti de Ilustração, em 1998, e com o selo “Altamente Recomendável para Crianças”, da Fundação Nacional do livro infantil e Juvenil (FNLIJ), em 1979. Se as demais não alcançaram a visibilidade dos romances, afirmar que tal fato se deve à questão de maturidade não parece ser um critério muito sólido – em especial se pensarmos que o alcance, por exemplo, de *Chapeuzinho amarelo* é provavelmente maior, dado seu sucesso com o público infantil, que todas as demais. Os gêneros eram outros e a época era outra. Somente uma análise minuciosa e comparativa entre todas poderia aferir algum resultado – não sem alto grau de subjetividade. Esse julgamento, portanto, não é de nosso interesse.

Se se pode dizer, os cinco romances de Chico formam, enfim, uma unidade mais ou menos coesa de produção literária (mais que escritor, passou a ser romancista), o que garante um critério objetivo para seleção de *corpus*. Com os romances, o compositor se assumiu *também* autor, o que de certa forma pode justificar uma diferença para a dispersão autoral das obras das décadas anteriores. Portanto, é com os olhos nesses principais fatores (coesão com a escolha do gênero e afirmação do papel autoral) – e não no critério *maturidade*, que optarei, de acordo com as afinidades temáticas e estruturais com os pontos defendidos nesta tese, pela atenção majoritária aos romances.

#### 4.2.1 *Estorvo*

*Estorvo*, como primeiro romance de Chico Buarque, atraiu, antes mesmo de seu lançamento, grande atenção da mídia e do mercado editorial. Previamente, os direitos sobre a obra já haviam sido vendidos para duas editoras internacionais, a Gallimard (França) e a Bloomsbury (Inglaterra), posteriormente traduzido e editado em vários outros países. Lançado, vendeu em seu primeiro ano uma quantidade acima das 100 mil cópias<sup>101</sup> e saiu vencedor do prêmio Jabuti de Melhor Romance em 1992. Na crítica, recebeu elogios de nomes de destaque como Roberto Schwarz (“*Estorvo* é um livro brilhante, escrito com engenho e mão leve”<sup>102</sup>), Benedito Nunes (“Exemplar também quanto à forma - mais forma de novela do que de romance - *Estorvo* é uma narrativa a galope solto,

<sup>101</sup> As informações foram publicadas no jornal *Folha de São Paulo*, em 13/09/1991. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo_critica.htm)>. Acesso em: 09 abr. 2016, 14h39.

<sup>102</sup> Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo_critica.htm)>. Acesso em: 09 abr. 2016, 14h45.

num ritmo de suspense”<sup>103</sup>) e Augusto Massi (“A publicação de *Estorvo* é, sem dúvida alguma, um acontecimento cultural”<sup>104</sup>), entre outros. Para Caio Túlio Costa,

A babação de ovo, porém, teve vozes discordantes: “O livro é bem realizado mas incompleto” (José Onofre, em “O Estado de São Paulo”); “Tanto tem a virtude pós-moderna de ser indiferente, que é indiferente que tenha sido escrita por Chico Buarque” (Renato Pompeu, no “Jornal da Tarde”); “A história, o ‘romance’, não decolam, e ‘Estorvo’ vale mais pelo que descreve do que pelo que narra” (Marcelo Coelho, na Folha); “O livro não é exatamente ruim, mas chato” (Mário Sabino, em “Isto É Senhor”)<sup>105</sup>.

Apesar de tais comentários, o romance parece ter alcançado a difícil fusão entre boas vendas e boa recepção no campo dos estudos literários<sup>106</sup> – mas não sem desconfiança. O mito do gênio de Chico Buarque foi posto à prova com essa incursão definitiva no campo da literatura – com a dúvida de que um compositor com tanto talento também pudesse ser um bom romancista. Como venho demonstrando, a publicação de obras de celebridades é uma estratégia recorrente no mercado editorial, elevando com facilidade as estatísticas de vendas. A relação com a crítica especializada, porém, não é tão simples, em especial partindo de autores já consagrados em outras áreas. Na opinião de Augusto Massi,

O empenho do editor na publicação do romance de Chico Buarque representa, sob todos os aspectos, um momento feliz de seu projeto, que parece ter encontrado em *Estorvo* um equilíbrio entre forças conflitantes: o mercado e a qualidade. A figura carismática de Chico Buarque possui o apelo que o mercado reclama, mas o escritor não precisou fazer nenhuma concessão para alcançar um público mais amplo. Ao contrário, atingiu um grau de elaboração literária capaz de agradar ao leitor mais exigente (MASSI, 2016).

É com *Estorvo*, portanto, que o mito do autor Chico Buarque passa a atuar efetivamente, ao contrário do que aconteceu com seus livros anteriores, com recepção mais modesta. Com *Estorvo*, o mito do autor Chico Buarque passa a ser alimentado como um contraponto à figura do compositor. Em 1989, a produção de um romance por parte de Chico Buarque já atraía a atenção da mídia:

<sup>103</sup> Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo_critica.htm)>. Acesso em: 09 abr. 2016, 14h50.

<sup>104</sup> Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo_critica.htm)>. Acesso em: 09 abr. 2016, 14h52.

<sup>105</sup> Publicado originalmente na *Folha de São Paulo*, em 11/08/1991. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo_critica.htm)>. Acesso em: 09 abr. 2016, 14h55.

<sup>106</sup> O sucesso se expandiu até mesmo para outros meios de comunicação, sendo adaptado para o cinema, em 2000, com título homônimo, por Ruy Guerra. Em premiações, foi indicado para vários prêmios, Cannes entre eles, e vencedor de outros, como Festival de Gramado, Viña del mar etc.

**Nossa América - O trabalho sob encomenda no seu caso pode servir de estímulo. Estorvo foi encomenda?**

Chico - Foi, na verdade, uma série de encomendas... Minha mulher, Marieta, me deu de presente o computador, no qual o livro foi escrito; o escritor Rubem Fonseca, meu amigo, vivia me dizendo que eu tinha de escrever um livro; o editor, Luiz Schwarcz, chegou a me propor um adiantamento, para que fosse escrever; e, finalmente, eu mesmo me encomendei... Estava há tempos sem escrever nenhuma música, anotava coisas, idéias, aí fiquei dando voltas e resolvi escrever um romance<sup>107</sup>.

A partir de seu primeiro romance, o mito do autor Chico Buarque – associado, então, ao mito do compositor Chico Buarque – passa a receber um franco investimento por parte da mídia, do mercado editorial e, claro, do próprio autor. Se o mercado e a mídia trabalhavam em prol do *marketing* e da venda da imagem, Chico Buarque passou, a partir da década de 1990, a ele mesmo sustentar a nova *persona* de escritor:

**Folha - Como é que o compositor Chico Buarque vê o escritor Chico Buarque?**

Chico Buarque - Um não se dá com o outro. Voltar a fazer música depois do livro foi muito difícil. Era como se fosse um ofício que eu não conhecesse mais. E agora para voltar a escrever, também. Fiquei meses tentando escrever e não saía nada.

**Folha - Você escreveu livros antes, mas é com “Estorvo” que começou essa sua divisão?**

Chico Buarque - Eu acho que sim. As peças de teatro eu considero uma extensão do meu trabalho musical. “Estorvo” e esse livro de agora correspondem a uma necessidade íntima. Não há nenhuma pressão externa para que eu escreva. Meus amigos músicos vivem me dizendo: “não escreve não.” E o público também. Acho que a única pessoa que quer que eu escreva é meu editor (risos)<sup>108</sup>.

Com relação a seu enredo, a obra também aponta alguns elementos que se relacionam com as tendências de subjetivação vistas nas últimas décadas. Tais tendências, se foram comuns ao longo do século XX com as estratégias mercadológicas, na academia, têm sido expressas como *retorno do eu* (ou *retorno do autor*, quando é o caso).

A imagem marcante que inicia o romance é vista através de um olho mágico. Esse dispositivo vítreo instalado nas portas a fim de oferecer *a segurança de ver e não ser visto* adquire especial importância na cena de abertura da narrativa. O mote é simples: ao acordar, o protagonista vê do outro lado da porta um sujeito de terno e gravata. Daí, porém, a sequência ganha traços inesperados. Num primeiro momento, a imagem do olho

<sup>107</sup> Entrevista dada à revista *Nossa América* em 1989. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre\\_1989.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre_1989.htm)>. Acesso em: 23 jun. 2016, 15h39.

<sup>108</sup> Entrevista dada à *Folha de São Paulo*, em 06/10/94. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre\\_06\\_10\\_94.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre_06_10_94.htm)>. Acesso em: 25 abr. 2015, por volta de 20h30.

mágico pode ser lida como uma espécie de metáfora da narrativa de *Estorvo*, de campo de visão centralizado a partir dos olhos do narrador, conforme aponta Augusto Massi: “Estorvo começa com um significativo emblema visual: um olho mágico. Trata-se de uma escolha fundamental para a organização simbólica da narrativa, representada pelo movimento circular do enredo. Ele delimita o campo de visão do personagem e do leitor: revela um contorno, projeta um foco e, simultaneamente, distancia, oculta” (MASSI, 2016).

O *olhar* torna-se um aspecto central. Logo no início, o sujeito que narra vai “regulando a vista” e pensa “reconhecer aquele rosto de um tempo distante e confuso” (BUARQUE, 2004b, p. 7), cujo efeito pode ser confundido com uma memória oriunda do sonho. Tal rosto, porém, é *deformado* pelo olho mágico, “intumescido pela lente”, de onde conclui que “não é bem um rosto, é mais a identidade de um rosto, que difere do rosto verdadeiro quanto mais você conhece a pessoa” (BUARQUE, 2004b, p. 8).

A cena de *ver sem ser visto* também reflete a prática contemporânea dos *reality shows*. Embora tenham atingido grande audiência e formatos cada vez mais ousados há pouco mais de dez anos (posterior, portanto, a *Estorvo*), a prática não é nova nem original, uma vez que as tecnologias das lentes que observam o cotidiano dos sujeitos evoluíram ao longo de todo o século XX, encontrando nas câmeras filmadoras e nos canais de televisão sua expressão mais extrema, tanto como braço de uma *sociedade do controle* quanto como fonte de entretenimento. Nesse sentido, o olho (mágico, biônico, *voyeur*), a câmera e o buraco da fechadura tornam-se símbolo dessa condição de superexposição a que se está sujeito, a partir do momento em que o privado passou a ser matéria de franco interesse público.



(Brasil)



(Angola)



(Espanha)



(Itália)



(Reino Unido)

(Reino Unido,  
versão *Celebrity*)

(Estados Unidos)



(Austrália)



(Filipinas)



(Brasil, 2002-2006)



(Portugal)



(Brasil, 2016)

Se na maior parte das versões de *Big Brother* de variados países predomina a imagem do olho e da câmera, em algumas, como a de Portugal e a edição brasileira mais recente, a letra *o* da palavra *Brother* chega a se assemelhar à imagem do olho mágico.

Gilberto Gil, em “Olho mágico”, do álbum *Banda larga cordel* (2008), dá a ver o que se passa por essas lentes:

Piolho, piolho / Você quer ver um piolho / No pêlo da minha púbis / No pêlo da minha púbis // Que olho, que olho / Você pensa que tem olho / Você pensa que tem olho / Que tem olho de olho mágico // Você quer me ver vivendo / Algo patético ou trágico // Você pensa que eu estou no big brother / Você pensa que eu seria um grande irmão / Você pensa que eu estou fora de moda / Porque ainda considero a solidão // Que molho, que molho / Quer ver o dente de alho / Quer ver o dente de alho / Refogando o meu repolho // Quer alho, quer alho, / Quer pimenta malagueta / Quer que eu chupe uma chupeta / Quer que eu imite um zarolho // Quer meu álbum de retratos / Remexer minha gaveta // Arrumar o meu armário / Refazer meu guarda-roupa / Andar na minha lambreta / Você quer a rima fácil / Como se eu fosse um poeta / De proveta ou de prancheta // Que saco, que saco / Como se isso fosse um naco / Como se isso fosse a nesga / Como se isso fosse a fresta // Que saco, que saco / Como se isso fosse um jeito / De você bisbilhotar o meu silêncio ou minha festa // Eu estou lhe dando tudo / Eu estou me dando todo // O meu celular me cola / inteirinho em seu roteiro / Não precisa me editar / Filmei tudo o tempo inteiro / Quero ver quem vê primeiro / Até onde eu vou chegar // Primeiro, primeiro / Quero ver quem vê primeiro / Até onde eu vou chegar / Até onde eu vou chegar // Meu retrato celular / Retrato celular (GIL, 2008).



Com argúcia, a canção traz à tona fatores presentes na sociedade contemporânea dos *reality shows*, que busca, nos sujeitos, “ver vivendo / Algo patético ou trágico” e romper os muros que isolam a vida privada, recriando-a de acordo com a ordem do consumo (“Quer meu álbum de retratos / Remexer minha gaveta // Arrumar o meu armário / Refazer meu guarda-roupa / Andar na minha lambreta”). O olho mágico de Gil se assemelha à câmera que tudo vê, com o sujeito refém de suas/seus objetivas/objetivos: “Como se isso fosse a fresta // Que saco, que saco / Como se isso fosse um jeito / De você bisbilhotar o meu silêncio ou minha festa // Eu estou lhe dando tudo / Eu estou me dando todo // O meu celular me cola / inteirinho em seu roteiro / Não precisa me editar / Filmei tudo o tempo inteiro / Quero ver quem vê primeiro / Até onde eu vou chegar”.

Em *Estorvo*, o sujeito não apenas vê pelo olho mágico, mas também é visto. O homem de terno e gravata por trás da porta “não tira o olho do olho mágico” (BUARQUE, 2004b, p. 8), como se também o visse “chegar, grudar o olho no buraco e tentar decifrá-lo”, porém, a imagem é igualmente deformada: “Através do olho mágico ao contrário, me vê como se eu fosse um homem côncavo”. Na direção contrária, o homem o viu fugir *em câmera lenta* (BUARQUE, 2004b, p. 9), como numa imagem de vídeo. O vigiado, então, passa a ser o narrador: “ele me vê e me conhece melhor do que eu a ele [...] E ele me conhece o suficiente para saber que eu poderia até receber um estranho, mas nunca abriria a porta para alguém que de fato quisesse entrar” (BUARQUE, 2004b, p. 9). Ao mesmo tempo que tal ação parece retomar as fronteiras que apartam o espaço público do espaço privado, o olho mágico em *Estorvo*, diferentemente da forma com que normalmente funciona o dispositivo – permite também que se enxergue *para dentro*, num ambiente separado por uma “divisória imaginária” (BUARQUE, 2004b, p. 8). Em seguida, o homem abana a cabeça e sai do campo de visão, deixando com sua imagem memorizada a sensação de estranhamento: “Só sei que era alguém que há muito tempo esteve comigo, mas que eu não deveria ter visto, que eu não precisava rever, porque foi alguém que um dia abanou a cabeça e saiu do meu campo de visão, há muito tempo” (BUARQUE, 2004b, p. 9). Nessa cena, não há distinção entre *ver* e *ser visto*: ambos estão, de certa forma, sendo *espiados* (mas não *expiados*).

Na *dupla cena* onírica de perseguição que se segue, o homem de terno e gravata “só não olharia se soubesse que está sendo olhado” (BUARQUE, 2004b, p. 10), e, ao mesmo tempo, é como se o narrador soubesse de forma onisciente (através de uma câmera oculta?) o que tal personagem fará: “Ele sabe que o vejo acenar para um táxi [...]”; “Ele dirá ao motorista para avançar o sinal [...]”; “Ele estará saltando do táxi quando bato com

força e definitivamente a porta do apartamento [...]”; “Ficará desapontado por não topar comigo na portaria”. O narrador sabe que não precisa “olhar o sexto andar para saber que ele me vigia da minha janela”. A perseguição, como se o narrador buscasse a imagem definitiva daquele rosto que só vira deformado pelo olho mágico, se inverte e o perseguidor passa a perseguido, mas a busca não é concluída por nenhuma das partes: “Tentará uma paralela, mas eu emboco no túnel, alcanço outro bairro, respiro novos ares. Empacará no trânsito e eu subo as encostas, as prateleiras da floresta, as ladeiras invisíveis com mansões invisíveis de onde se avista a cidade inteira” (BUARQUE, 2004b, p. 11).

A supervigilância torna-se, então, um estorvo: “Não posso dormir com a imagem daquele homem fixo na minha porta” (BUARQUE, 2004b, p. 8). Nesses termos, conforme desenvolve Andréia Delmaschio em *A máquina de escrita (de) Chico Buarque*, o sujeito de terno e gravata é, ao mesmo tempo, duplo e *outro* do narrador, de quem emana uma estranha familiaridade (no sentido que Freud dá ao termo *unheimlich*): “a aventura desse personagem, muito sintomaticamente sem nome, traz à tona ainda diversas questões que envolvem os conceitos de identidade e diferença: o outro por detrás da porta é o mesmo que, estando ao lado de cá, empresta sua voz à narrativa?” (DELMASCHIO, 2014, p. 31).

O sujeito contemporâneo está cindido nessa via bitransitiva do *ver* e do *ser visto*. Ele assiste ao *Big Brother*, vê Chico Buarque comprando baguetes para o lanche da tarde e, depois, relata sua vida no *blog*, no *Facebook*, no *Twitter*, figura num vídeo para o *YouTube* e tem sua imagem registrada por um sem-número de câmeras de segurança. O anonimato, portanto, não é mais oposto à fama. Como ser um completo desconhecido quando se unem, num conluio, um desejo, motivado pelo capitalismo, de superexposição a uma sociedade do controle?

Assim como a imagem que o narrador vê pelo olho mágico é um “rosto intumescido pela lente” e ele mesmo, olhado pelo *outro*, é “um homem côncavo”, também o sujeito apenas pode oferecer de si uma imagem deformada, outra, que não se pode definir de uma forma precisa (“Procuo imaginar aquele homem escanhado e em mangas de camisa, desconto a deformação do olho mágico, e é sempre alguém conhecido mas muito difícil de reconhecer”). Em todos os momentos em que uma pessoa se expõe, entretanto, busca demonstrar uma Verdade de sua vida, a realidade, *como ela é*. Essa tentativa, sabemos, é *a priori* fracassada: não há possibilidade de exibição que não seja fragmentária, construída, artificial. A propósito do assunto, essas impossibilidades do *eu*

também são desenvolvidas em *Retrato desnatural: (diários – 2004 a 2007)* (2008), de Evando Nascimento:

**uns  
(tais)**

para mim o “eu” é um objeto-sujeito como qualquer outro, só precisa ter cuidado para não tomar conta de tudo. a tendência do eu é se tornar O sujeito-objeto, tratorizando em torno. eu sou é a frase mais falsa que já se pronunciou no globo. se soubesse quem sou ou o que sou talvez nem mais fosse, derreteria ao sol do eu só – “o eu é meu”, disso não abro mão, ainda que eu *ser* outro/outra (anfíbio transobjeto).  
(20.II.05)

(NASCIMENTO, 2008, p. 87).

**repente  
(arenas)**

[...]

**diversão:** em verdade vos digo o eu-objeto é só uma alucinação, por assim dizer uma função do “ele”, que nos une. já pela diferença para comigo, o eu é incrivelmente diviso, um tanto suspenso de si. eu sou quem não sou, mesmo e outro.

[...]

(27.IV.05)

(NASCIMENTO, 2008, p. 167).

Se “a tendência do eu é se tornar O sujeito-objeto”, há um processo de mitificação que cada vez mais dá a ele poder de “tratorizar em torno”. Se a única possibilidade do *eu* é ser *outro*, “uma função do ‘ele’”, só lhe resta ser “incrivelmente diviso, um tanto suspenso de si”. O *mito do eu* busca reforçar o contrário. Seu interesse é que tanto o público quanto o sujeito que se expressa acreditem que haja uma Verdade em jogo: a verdade sobre si. Ainda que seja corrente o pensamento de que, por exemplo, os participantes de *reality shows* mintam, joguem, finjam e atuem para cativar a audiência e se sagrarem vencedores, o interesse em *espia-los pelo olho mágico* permanece intacto.

A mitificação transforma essa construção do objeto-sujeito em um único *eu*, poderoso o suficiente para “tratorizar em torno”, isto é, esse *eu* mítico faz com que o sujeito creia ser íntegro, verdadeiro, portador de uma “essência” (daí se atribuir à expressão “duas caras” o sentido de ofensa, como “aquele que não demonstra sua verdadeira face”). O início da narrativa de *Estorvo* dá a ver dois aspectos importantes nesse jogo do *eu*: a única imagem possível é a deformada, tanto de si quanto do outro, e a busca pelo acesso a essa imagem real, definitiva e verdadeira (como faz o narrador ao perseguir o homem de terno e gravata), jamais chegará a uma “essência” possível. A caça do rosto verdadeiro, do *retrato natural*, não se pode concluir.

Assim como faz Andréia Delmaschio (2014, p. 28), também me permito ver o olho mágico como um *espelho*. Como se o narrador olhasse para si mesmo e visse outro, passa a persegui-lo para encontrar sua real face e, ao mesmo tempo, torna-se perseguido. O seguinte fragmento de *Retrato desnatural* pode ser lido na mesma clave de *Estorvo*, na busca de um *lá* a que nunca se chega:

não há como pular para “lá”, o suposto outro lado do espelho, porque a folha de estanho rachou, derramando o conteúdo alucinatório do eu ideal. “lá” fica mesmo aqui, ali, raramente além (NASCIMENTO, 2008, p. 137).

Na cena que se segue após a perseguição – se se pode dizer, entre o *eu* e o *outro* –, o narrador se depara com um “vigia na guarita fortificada” do condomínio em que mora sua irmã. Andréia Delmaschio destaca que essa barreira, assim como outros elementos do romance, compõe traços de uma sociedade *Big Brother*<sup>109</sup> – reminiscência do romance 1984: “O novo *Big Brother* seria, como no caso do *Estorvo*, o das armas mortíferas manipuladas pelos gêmeos no sítio e configurar-se-ia nos atuais circuitos fechados de TV para vigilância, como os utilizados nas portarias dos condomínios” (DELMASCHIO, 2014, p. 55).

A morada da irmã do protagonista também chama à atenção: “A casa da minha irmã é uma pirâmide de vidro, sem o vértice. Uma estrutura de aço sustenta as quatro faces, que se compõem de peças de blindex em forma de trapézio, ora peças fixas, ora portas, ora janelas basculantes” (BUARQUE, 2004b, p. 12). Como a residência do narrador, com sua divisória imaginária, esta possui corredor “cheio de portas falsas” (BUARQUE, 2004b, p. 63). A casa é projetada com a transparência do vidro, que se opõe à opacidade do concreto das paredes convencionais. Toda a visibilidade interna, porém, foi bloqueada por “cortinas brancas, pretas, azuis, vermelhas e amarelas, substituindo o horizonte por enorme painel abstrato” (BUARQUE, 2004b, p. 12). Há, portanto, um duplo movimento de ver e não ver. A cortina tampouco se constitui como uma barreira sólida e concreta separando o espaço interno do externo. Enquanto a alvenaria eclipsa totalmente a visão e o vidro oferece a imagem completa e translúcida, o tecido, com sua fluidez, maleabilidade e leveza não interrompe a visão, mas apenas a suspende momentaneamente, oferecendo a possibilidade do *ver sem ser visto*, quando pela fresta,

<sup>109</sup> Para uma leitura mais dedicada a temas como duplo, estranho/*unheimlich*, formas de controle na sociedade *Big Brother* (o termo é de Zygmunt Bauman), entre outros aspectos, em *Estorvo*, a partir dos elementos olho mágico e casa de vidro, recomenda-se a leitura dos capítulos “O olho (do espelho) mágico” (p. 27-45) e “Um estorvo na pirâmide de vidro” (p. 47-82), de *A máquina de escrita (de) Chico Buarque*, de Andréia Delmaschio.

tanto para dentro quanto para fora da casa. A cortina, enfim, funciona como o olho mágico da parede de vidro. O pano só pode oferecer uma imagem parcial, outra, não totalizante.

Também a materialidade da proprietária da casa de vidro se oculta sob uma vestimenta leve, de seda, cobrindo sua impalpabilidade:

Minha irmã andando realiza um movimento claro e completo. Parece que o corpo não realiza nada, o corpo deixa de existir, e por baixo do peignoir de seda há apenas movimento. Um movimento que realiza as formas de um corpo, por baixo do peignoir de seda. E eu me pergunto, quando ela sobe a escada, se não é um corpo assim dissimulado que as mãos têm maior desejo de tocar, não para encontrar a carne, mas sonhando apalpar o próprio movimento (BUARQUE, 2004b, p. 18).

Por baixo do *peignoir*/pano/tecido/cortina o corpo não é tangível, restando apenas movimento, ilusão de substância – como ocorre com o exemplar cavaleiro Agilulfo, personagem de *O cavaleiro inexistente*, de Italo Calvino, que se destaca pela obstinada ética, pelo metodismo cavaleiresco-medieval, pela armadura branca impecável e pelo fato de não existir: “Agilulfo pareceu hesitar um momento, depois com a mão firme e lenta ergueu a viseira. Vazio o elmo. Na armadura branca com penacho iridescente não havia ninguém” (CALVINO, 1993, p. 10). As vestimentas (*peignoir*/armadura), como externalidades vistosas e chamativas, são cascas sob as quais não se encontra a existência plena que se deseja apreender.

Esse ver/não ver da casa se torna mais um instrumento de superexposição do sujeito contemporâneo, num intermitente liga/desliga das *webcams*, num *login/logout* das redes sociais. Num grau extremo de comercialização da imagem de sujeitos “anônimos”, a Rede Globo, na nona edição do *Big Brother Brasil*, lançou uma casa de vidro no *shopping* Vila Parque, no Rio de Janeiro, na qual quatro candidatos a participar do *reality show* ficaram confinados e expostos por uma semana<sup>110</sup>. O público os observou e votou, com dois participantes sendo encaminhados para a nova casa, desta vez não de vidro, mas de câmeras – num novo ver/não ver. Voltando à casa de *Estorvo*, esta se compõe de uma mistura entre a hipervisibilidade e a suposta nobreza da família, com arquitetura que se assemelha à pirâmide do Museu do Louvre e a projetos como a casa de vidro de Lina Bo Bardi<sup>111</sup>, hoje sede do Instituto Lina Bo e P. M. Bardi.

<sup>110</sup> Informações disponíveis em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,bbb9-tera-casa-de-vidro-e-dois-participantes-idosos,304212>>. Acesso em: 04 abr. 2016, 21h53.

<sup>111</sup> Tirante o formato piramidal, ambos os projetos se assemelham bastante, como na divisão clara em dois ambientes (salão de estar e jantar; dormitórios e serviços) e uma árvore (ficus, no romance) num pátio interno da casa. Mais informações sobre a casa de Lina Bo Bardi: <<http://www.archdaily.com.br/br/01-12802/classicos-da-arquitetura-casa-de-vidro-lina-bo-bardi>>. Acesso em: 09 abr. 2016, 22h05.

Tanto o olho mágico quanto a casa de vidro revelam um *desejo* da sociedade contemporânea de ver e de ser visto. Ambos são compostos pela mesma matéria vítrea, mas a transparência é apenas uma ilusão, pois esse jogo não ocorre de forma direta e desobstruída. Só se pode dar a ver uma imagem deformada ou fragmentada por um fino tecido de cortina, ou seja, toda imagem é intermitente, artificial, inacabada – como quem só mostra a pele por meio de *luvas de pelica*<sup>112</sup>, fina camada postiça e intercambiável.

Em outra instância, a escrita também não pode ser completamente *descoberta*: “A dissimulação da textura pode, em todo caso, levar séculos para desfazer seu pano. O pano envolvendo pano. Séculos para desfazer o pano. Reconstituindo-o, também como um organismo. Regenerando indefinidamente seu próprio tecido por detrás do rastro cortante, a decisão de cada leitura” (DERRIDA, 2005, p. 7). Sob o pano, a escrita é envolvida por mitos (o da imitação da realidade, o da supremacia da fala), como se fosse possível desfolhá-la a fim de chegar a um centro, uma essência a que, de fato, nunca se chega. A cortina atrás do vidro.

Ao entrar num banco, o narrador olha para uma vidraça “que, com a luz fria do bando e uma coluna por trás, virou espelho” (BUARQUE, 2004b, p. 108). A imagem refletida, porém, não expressa a realidade desejada, o *eu*, mas o *outro*: “Eu não olhava o espelho há tanto tempo que ele me toma por outra pessoa” (BUARQUE, 2004b, p. 108). A ilusão causada pelo *mito do eu* é a de que é possível o acesso total e irrestrito ao sujeito que se vê. O olho mágico, o vidro, o buraco da fechadura, a fresta e a câmera só podem revelar, porém, uma impossibilidade.

#### 4.2.2 *Benjamim*

Uma vez que *Estorvo*, como primeiro romance, “podia dar a impressão de um acidente”, *Benjamim*, ao criar uma sequência, “permite comparações com o anterior, determina uma trajetória, delineia o universo literário do escritor”, como afirma Chico Buarque em entrevista a Augusto Massi<sup>113</sup>. O duplo crivo, mais uma vez, pôs na berlinda

<sup>112</sup> A referência, claro, é à forma modulada de escrita confessional de Ana Cristina Cesar em *Luvas de pelica* (1980), inserida em *A teus pés*. “Um cisco no olho um pequeno cisco; na volta continuo a tirar / os cartões da mala, e quem sabe, quando o momento for / propício, conto o resto daquela história verdadeira, mas antes de sair tiro a luva, deixo aqui no espaldar desta cadeira” (CESAR, 2002, p. 149).

<sup>113</sup> Publicada originalmente na *Folha de São Paulo*, em 02/12/95. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre\\_acontecendo.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre_acontecendo.htm)>. Acesso em: 17 abr. 2016, 15h52.

o *Chico Buarque compositor*: se o *Chico Buarque romancista* estava à altura do *outro* ou se sua literatura era um embuste, como pensa Diogo Mainardi:

Chico Buarque é um orgulho nacional. Beijo-lhe os pés. É um grande sambista. Não obstante, permanece modesto. Adora futebol - informam-me, inclusive, que joga bem. Com suas canções, tornou-se símbolo de insubmissão à censura do regime militar. Descende da melhor linhagem de intelectuais do Brasil. Os livros de seu pai são imprescindíveis para compreender a formação do país. Uma imagem perfeita, a de Chico Buarque. Acrescida, nos últimos tempos, da enorme repercussão de sua incipiente carreira literária. Primeiro, *Estorvo*. Agora, *Benjamim* (Companhia das Letras; 165 páginas, 17 reais). Não é fácil entender por que um homem tão bem sucedido em outros campos põe-se a escrever literatura. Certamente não pelo dinheiro, pois ganharia muito mais com um disco ou vendendo uma velha canção para a publicidade. Duvido também que o romance seja fruto de uma inspiração repentina, absolutamente imprevisível (MAINARDI, 2016).

Comparemos com a opinião de José Geraldo Couto: “Em momentos assim, o escritor Chico Buarque encontra o compositor Chico Buarque pela via do lirismo, e o resultado é não só alta literatura, mas também uma poesia dolorosa, uma quase-música que embala e comove” (COUTO, 2016). Novamente, é o mito Chico Buarque que se impõe sobre a leitura da obra – seja para engrandecê-la, seja para deslegitimá-la. Ao mesmo tempo em que a imagem do Chico Buarque compositor permanece majoritariamente bem aceita, com frequência seus romances são criticados por conta da unanimidade em torno de suas canções. Isso quer dizer, como sabemos, que a recepção dos romances pode ser contaminada, a partir do nome de Chico Buarque, tanto para a apreciação quanto para a depreciação. Por ser, de certo modo, um romancista em início de carreira, seus dois primeiros livros parecem pagar um tributo à crítica em razão da fama que lhes precede. Entretanto, o número de vendas e a posterior adaptação para o cinema nos mostram que a grife Chico Buarque acrescenta à obra um *algo a mais*.

Com *Benjamim*, o mito do autor ganha força, em especial por criar uma sequência após *Estorvo*, como Chico Buarque afirmou na entrevista citada acima. Em consequência, nessa *profissionalização* como escritor, a mídia passou a acompanhar a produção de novos livros:

**JB - Já existe idéia de um novo livro?**

Chico - Eu não durmo há um ano escrevendo *Benjamim*. Você passa a viver o livro, a ir dormir com ele na cabeça, a sonhar com ele, acordar, escrever, voltar a sonhar. É muito cansativo. Agora só penso em passar um mês dormindo. Depois vou voltar a compor<sup>114</sup>.

<sup>114</sup> Entrevista dada ao *Jornal do Brasil* em 02/12/1995. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre\\_02\\_12\\_95.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre_02_12_95.htm)>. Acesso em: 23 jun. 2016, 16h35.

Da mesma maneira que *Estorvo*, *Benjamim* não se furta aos mitos, e a imagem do sujeito é novamente posta em jogo. Logo de início, somos apresentados a duas filmagens: à cena cinematográfica de sua existência sendo exibida no momento de sua morte e, depois, a uma câmera filmadora imaginária a observá-lo num restaurante:

Cego, identificaria cada fuzil e diria de que cano partia cada um dos projéteis que agora o atingiam no peito, no pescoço e na cara. Tudo se extinguiria com a velocidade de uma bala entre a epiderme e o primeiro alvo letal (aorta, coração, traquéia, bulbo), e naquele instante Benjamim assistiu ao que já esperava: sua existência projetou-se do início ao fim, tal qual um filme, na venda dos olhos. Mais rápido que uma bala, o filme poderia projetar-se uma outra vez por dentro das suas pálpebras, em marcha a ré, quando a sucessão dos fatos talvez resultasse mais aceitável.

[...]

Se uma câmera focalizasse Benjamim na hora do almoço, captaria um homem longilíneo, um pouco curvado, com vestígios de atletismo, de cabelos brancos mas bastos, prejudicado por uma barba de sete dias, camisa para fora da calça surrada aparentando desleixo e não penúria, estacionado em frente ao Bar-Restaurante Vasconcelos, tremulando os joelhos como se esperasse alguém (BUARQUE, 2004a, p. 5-6).

As lentes retornam neste romance em dois instrumentos aos quais se associa a revelação de imagens: a câmera filmadora e a câmera fotográfica, cujos usos se misturam e se confundem na narrativa. A aquisição de uma “câmera invisível” (BUARQUE, 2004a, p. 7) aconteceu em sua adolescência, uma vez que seus colegas também já as possuíam.

O equipamento mostrou-se tão providencial quanto um pente de bolso, e a partir daquele dia a vida dele tomou novo rumo. Benjamim passou a usar topete, e nas pendengas em que antes se descabelava, certo de estar com a razão, mantinha agora um sorriso vago e deixava o adversário a gesticular de costas para a câmera. Com isso ganhou prestígio e beijou na boca muitas garotas, cujos ombros, orelhas e rabos-de-cavalo foram imortalizados em suas películas. O acervo de Benjamim também guarda dublagens de cantor de jazz, saltos de trampolim, proezas no futebol, brigas de rua e sua estréia no sexo com uma senhora de idade (trinta anos, trinta e um, trinta e três), quando ele quase estragou a cena ao olhar para a lente (BUARQUE, 2004a, p. 7).

A câmera, porém, sai de seu controle, reposicionando-o de *observador* a *observado*. Torna-se um estorvo:

Fez-se filmar durante toda a juventude, e só com o advento do primeiro cabelo branco decidiu abolir a ridícula coisa. Era tarde: a câmera criara autonomia, deu para encarapitar-se em qualquer parte para flagrar episódios medíocres, e Benjamim já teve ganas de erguer a camisa e cobrir o rosto no meio da rua, ou de investir contra o cinegrafista, à maneira dos bandidos e dos artistas principais. Hoje é um homem amadurecido e usa a indiferença como tática para desencorajar as filmagens. Mas quando entra enfim no Bar-Restaurante Vasconcelos, ainda o incomoda a suspeita de uma câmera, talvez acoplada ao bico do ventilador de longas pás que gira no teto (BUARQUE, 2004a, p. 8).



Além das imagens cinéticas da câmera filmadora de Benjamim, também são solicitadas fotografias como suplementos da memória, uma vez que a filmadora não *revela* a imagem completa, permanente, imutável:

E quando ela acaba de passar, o sorriso não é mais dela, é de outra mulher que Benjamim fica aflito para recordar, como uma palavra que temos na ponta da língua e nos escapa. Ou como um nome que de pronto brilha na memória, mas não podemos ler porque as letras se mexem. Ou como um rosto que se projeta nítido na tela, e dissolve-se a tela. Benjamim precisaria rever a moça, pedir para ela repetir o sorriso e lhe reconstituir a lembrança. Mas ela já deve estar chegando à porta e Benjamim não gostaria de virar o pescoço. Olha para o ventilador que bamboleia no teto e tem consciência de que a moça vai sair do seu filme. Então implora à câmera que o abandone de vez, e que saia sobre uns trilhos atrás da moça, e que se livre dos carretéis e carretéis com a vida de Benjamim Zambraia, e que os atire aos pobres (BUARQUE, 2004a, p. 11-12).

Apesar de tê-la revisto, “desta vez de um ângulo magnífico” (BUARQUE, 2004a, p. 19), a imagem captada não é suficiente: “Necessita confrontá-la com antigas fotos, pois já sabe que é inútil recorrer à memória”. As fotografias, o suplemento de sua memória, se alojam em pastas coloridas, cada cor correspondendo a diferentes anos. As pastas, que, com sua organização e método, oferecem aparente solução para a *falta* expressa pela memória, comportam várias fotos do ex-modelo fotográfico. Expostas, as fotos “formam uma tapeçaria decorada com um elemento obsessivo, uma figura humana que muda de flanco, de dimensões, de roupa e de cenário, mas nunca de fisionomia, e essa figura é Benjamim Zambraia aos vinte e cinco anos” (BUARQUE, 2004a, p. 22). Nesses retalhos de *eus* (retalhos de *outros*), Benjamim localiza o rosto que procurava, mas, subitamente, “tapa as revistas, abafa a manequim, recolhe o maço de fotos, esmaga-as contra o peito e tenta atochá-las na pasta onde não querem mais caber”. Na lógica da suplementaridade, o conjunto de fotografias de Benjamim *supre* a falta evidenciada pela memória:

Mas o suplemento *supre*. Ele não se acrescenta senão para substituir. Intervém ou se insinua *em-lugar-de*; se ele colma, é como se cumula um vazio. Se ele representa e faz imagem, é pela falta anterior de uma presença. Suplente e vicário, o suplemento é um adjunto, uma instância subalterna que *substitui*. Enquanto substituto, não se acrescenta simplesmente à positividade de uma presença, não produz nenhum relevo, seu lugar é assinalado na estrutura pela marca de um vazio (DERRIDA, 1973, p. 178).

A pasta, então,

desmantela-se e deixa escorrer seu recheio, que volta a espalhar-se no chão e recompõe o tapete pelo avesso: onde havia uma multidão de Benjamins Zambraias, vêem-se agora um ex-governador à frente da sua biblioteca, um ex-campeão com o rosto emoldurado na raquete, um ex-menino-prodígio de óculos quadrados, um velho escritor com a mão no queixo, um antigo estuprador atrás das grades, um antigo pastel recém-saído do forno, um antigo concurso de beleza, éguas de antigo derby, páginas que Benjamim de cócoras

emborca uma a uma até restaurar a trama original (BUARQUE, 2004a, p. 22-23).

As fotografias só puderam revelar *o(s) outro(s)* de Benjamim, diferente de um suposto *si mesmo*. Em certo momento, a “multidão de Benjamins Zambraias” deixa de ser formada por Benjamim Zambraia e passa a ser composta por ex-governador, ex-campeão, ex-menino-prodígio etc. Ao pinçar duas fotos de sua musa-condutora-primordial, Castana Beatriz (espécie de duplo – e, ao mesmo tempo, mãe – de Ariela Masé, a moça do restaurante), leva-as à janela para observá-las “ao lusco-fusco” (BUARQUE, 2004a, p. 23). As imagens-suplemento, portanto, não *completam* a lacuna deixada pela memória: “Passada a comoção da descoberta, Benjamim admite que as feições da moça hoje avistada não remetem de imediato a Castana Beatriz. Ele precisaria que Castana Beatriz o encarasse como o fez a moça no restaurante, e depois na galeria. Mas a Castana Beatriz das revistas não encara o espectador” (BUARQUE, 2004a, p. 23-24).

Assim como em *Estorvo*, as imagens jamais são nítidas, jamais oferecem contornos exatos, completos e definitivos. Sob o lusco-fusco, elas se deformam. Quando “reproduz a ouro e fio a Castana Beatriz que um dia conheceu numa sessão de fotos”, a fotografia se desfigura:

Passam-se sete anos pelo rosto de Castana Beatriz, durante o minuto em que Benjamim o contempla. No minuto seguinte, ele já não enxerga Castana Beatriz nas fotos que estende na noite, apoiado ao parapeito. Mas vê suceder-lhe a moça de cachos castanhos, com seu sorriso plácido à saída do restaurante. Agora Benjamim pode jurar que a moça é filha de Castana Beatriz. Deita-se nu na cama, e entre as penumbras vê Castana Beatriz que passeia à vontade na pele da filha, alguns números maior que a sua (BUARQUE, 2004a, p. 24-25).

Noutro momento, sob iluminação artificial, a luz que incide sobre as fotografias só dá a ver o sujeito de forma parcelada, nunca revelando uma imagem totalizante:

[...] revira a pasta lilás e leva para a cama as duas fotos de Castana Beatriz. Com o reforço do abajur, ilumina o rosto dela sob o chapéu de palhinha, a franja aberta pelo vento, a expressão de espanto. Em seguida sobe o facho pelas suas canelas finas, as pregas do seu vestido, seu tronco inclinado para a esquerda e uns olhos que, apesar da pintura, lhe aparecem abatidos. Benjamim tem a impressão de que, desde a última vez em que abriu aquela pasta, o tempo afetou Castana Beatriz mais do que durante os anos todos em que ela esteve ali reclusa (BUARQUE, 2004a, p. 110).

Se a fotografia revela *outra* Castana Beatriz é porque quem a vê, Benjamim, também já é *outro* em relação àquele que tomara as fotografias há um mês. Em todo o romance, Benjamim é sempre um outro. Na enorme quantidade de fotografias que

mantém de seus trabalhos publicitários só se pode *capturar outro* Benjamin, nunca o mesmo. “E Benjamin põe-se a admirar Benjamin Zambraia aos vinte e cinco anos” (BUARQUE, p. 24). Mesmo ao se desfazer de sua coleção de fotografias, rasgando-as e jogando-as para o alto no meio da noite, Benjamin, “Na *tela retangular* que a janela projeta na Pedra, vê *sua sombra* como a de um maestro entre flocos de neve, ou sob uma ovação de pipocas” (BUARQUE, 2004a, p. 111, grifos meus). Ainda que se vista como outrora, não passará de uma cópia de Benjamin Zambraia, impedindo a retomada completa, apenas como casca, artificial e externa:

Benjamim acaricia a própria face da tẽmpora ao queixo e arrepende-se de ter feito a barba. Pensa com desgosto que besuntou de brilhantina seus cabelos brancos, no intuito de torná-los grisalhos, e que escovou e colocou para arejar o paletó de tweed. Pensa que virou pelo avesso a calça de veludo e que a passou a ferro, e que separou duas camisas brancas (gravata listrada, gravata grená com prendedor, sem gravata, gola rulê). Pensa que trepou na cadeira, abriu a pasta cinzenta que contém suas fotos nos recentes quinze anos, e desdobrou um pôster: o que completava o figurino, na verdade, era um foulard de seda bordô. Pensa que perdeu horas revirando gavetas em busca do foulard, que foi encontrar por acaso no bolso interno do paletó de tweed pendurado na janela. Pensa que vestiu, calçou meias de cano longo e sapatos de bico fino, poliu os óculos de tartaruga, acendeu um cigarro e sentou-se diante do espelho do armário. Comparou-se à sua foto no pôster de dois anos atrás, e lembrava-se de ter sorrido, de ter julgado um tanto mais jovem no espelho (BUARQUE, 2004a, p. 32-33).

No Bar-Restaurante Vasconcelos, Benjamin “repõe os óculos sem grau e acende o cigarro, que fuma sem tragar” (BUARQUE, 2004a, p. 33). Nessa cena, Andreia Delmaschio observa que toda a vida de Benjamin é pautada por elementos postiços que forjam um “universo *fake*, que vige sob o signo da maquiagem e do maquinal, como indicam os elementos presentes na cena, todos eles falseando, tentando disfarçar, simulando ou substituindo algo. Mas, ao mesmo tempo, falta encarnar verdadeiramente o personagem apenas criado, o que não lhe permite atuar de modo completo, atuar bem” (DELMASCHIO, 2014, p. 119). A suplementaridade de sua paramentação como Benjamin Zambraia só pode entregar uma incompletude, a falta que não pode ser sanada. Ainda que tente *representar* o ex-modelo, caracterizando-se tal e qual, ele é irrecuperável, restando na memória lacunar, na fotografia disforme.

Para além da multiplicação de si por meio das fotografias, Benjamin é acompanhado por uma espécie de câmera onipresente, superexposto como num *Big Brother* incessante. No intuito de fugir do estorvo, suas tentativas foram “de erguer a camisa e cobrir o rosto no meio da rua, ou de investir contra o cinegrafista, à maneira dos bandidos e dos artistas principais. Hoje ele é um homem amadurecido e usa a indiferença

como tática para desencorajar as filmagens” (BUARQUE, 2004a, p. 8). Novamente, o *pano* oblitera o acesso livre à identidade do sujeito.

Acostumado às filmagens, paradoxalmente, Benjamim se considera modelo fotográfico, não ator:

Gravou certa vez um comercial para uma companhia aérea: estirado na poltrona, representava um passageiro da primeira classe que deveria estar dormindo quando a aeromoça chegasse com o café-da-manhã. Mas Benjamim percebeu o movimento da câmera, suas pálpebras desandaram a tremelicar e o diretor não teve paciência para repetir a cena, substituiu-o (BUARQUE, 2004a, p. 34).

O estranhamento é causado pelo fato de Benjamim não se sentir à vontade sob as câmeras publicitárias e, ao mesmo tempo, se acostumar com suas câmeras onipresentes. Como se a *atuação artificializada* da televisão lhe fosse mais árdua que a *atuação naturalizada* frente às lentes cotidianas. De certa maneira, tal comportamento é recorrente em nosso cotidiano, quando nos é *natural* a exposição no momento em que *fingimos* nossa vida ordinária, ao contrário da filmagem televisiva, que causa nervosismo e hesitação. Em ambos os casos não há naturalidade – há sempre atuação. A criação do *eu cotidiano*, porém, é mitificada, transformando esse *eu* construído em natureza, mais uma vez recaindo no *mito do eu*. O personagem que se constrói para a televisão, porém, não passa pelo mesmo processo de mitificação. O procedimento comum é *incorporar* um personagem e depois *voltar a si mesmo*, como na possibilidade de retomar um *eu original*.

Na cena final, Benjamim pronto a ser alvejado numa emboscada, a câmera onipresente retoma a imagem do *olho*, predominante nos *reality shows* no estilo *Big Brother*, como que permitindo uma visão panorâmica do ambiente:

Benjamim fecha os olhos, cobre o rosto com a camisa, porém continua a vê-los. Como que através de um olho que girasse no teto, vê doze homens à sua roda, e vê a si próprio em corrupção. “Fogo!”, grita um, e a fuzilaria produz um único estrondo. Mas para Benjamim Zambraia soa como um rufo, e ele seria capaz de dizer em que ordem haviam disparado as doze armas ali defronte. Cego, identificaria cada fuzil e diria de que cano partira cada um dos projéteis que agora o atingiam no peito, e na cara. Tudo se extinguiria com a velocidade de uma bala entre a epiderme e o primeiro alvo letal (aorta, coração, traquéia, bulbo), e naquele instante Benjamim assistiu ao que já esperava (BUARQUE, 2004a, p. 162).

O trecho, que se une uroboricamente ao início da narrativa, dá a Benjamim a mesma onisciência que se espera de um *Big Brother* (tanto o artifício orwelliano quanto o *reality show*). De sua câmera/olho girando no teto se produz uma imagem circular, mas quem *corrúptia* é Benjamim, que agora vê e se vê *de olhos fechados e com o rosto coberto*. Mais uma vez a imagem totalizante é emperrada: é vista *com* os olhos fechados. O *pano*

volta a impedir que a fotografia panorâmico-onisciente se complete. Cego, ainda poderia identificar os projéteis aos fuzis de que partiram, mas seu rosto permanece coberto. As câmeras – filmadora e fotográfica –, como suplementos, não *suprem* a falta em direção a uma completude, que permanece sempre adiada – “todo retrato de si é um retrato de cego, tateando impalpabilidades” (NASCIMENTO, 2008, p. 285). A ampla visão panorâmica que nada vê também se revela como um *Retrato desnatural*:

**iluminações  
(sincopadas)**

**noturno:** imaginem um olho que veja tudo – 360°! seria equivalente a um olho que não visse nada. excesso de visão e nada ver se equivalem. o sábio édipo tudo viu, derrotando o pai e a esfinge, mas nada percebeu de essencial sobre si, acabou se mutilando. maltratou os próprios olhos, por incúria e desprezo aos mais evidentes indícios. tirésias aparentemente nada via, das sombras, só contemplando o mundo de olhos vendados. uma perpétua penumbra nos olhos, paisagem na neblina, ocultava um olho-mais-que-exterior. o vidente divisava instintivamente e por antecipação, tresvia (NASCIMENTO, 2008, p. 197).

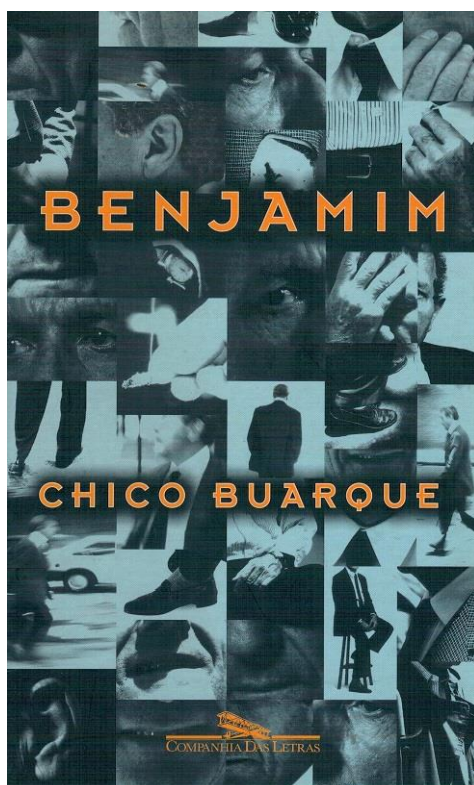
[...]

Também em *Estorvo* encontraremos semelhante relação entre totalidade e impossibilidade de visão:

Minha irmã estará debaixo do chuveiro, num banheiro que eu não conhecia, e que seria uma pirâmide forrada de espelhos. Numa só mirada seria possível ver minha irmã de todos os ângulos. E a visão seria tão instantânea que todas as imagens dela se fundiriam na retina de quem visse. E ver tanto dela ao mesmo tempo, de frente e de dorso e de lado e do alto e de baixo numa imagem só, talvez fosse como nada ver, mas seria tê-la visto absoluta (BUARQUE, 2004b, p. 89).

Tornou-se senso comum atribuir a essa imagem contemporânea do sujeito o adjetivo *fragmentado*. Penso, porém, que a fragmentação desse *eu* pode por extensão retomar a noção de completude, como se fosse possível, ao unir novamente os *fragmentos*, reconstituir a totalidade – “não mais o fragmento, pressupondo o todo monumental, mas o pedaço, perdido, desgarrado, alucinado. o pedaço é no máximo membrana” (NASCIMENTO, 2008, p. 103). Tal aspecto é observado desde a capa da primeira edição (espelhada na quarta-capa) de *Benjamim*, na qual 37 fotografias expõem *pedaços* de um homem, misturando olhos, bocas, pés, mãos, orelhas, pernas, costas, dorso, em distintos ângulos, que sob nenhuma recombinação formam uma imagem coesa. Os pedaços não se encaixam, ainda que, de acordo com a ficha técnica, todas as fotos

sejam de um mesmo modelo fotográfico<sup>115</sup>. Mesmo com uma câmera que gira de 360°, como que presa nas pás de um ventilador, a identidade total não é possível: “nos inclinamos a coisas que são tudo menos escultura, estas ainda impõem o distanciamento admirativo, a tirania do olhar. aqui pisamos num mágico tapete e sem querer / f<sup>l</sup>u<sup>t</sup>u<sup>a</sup>m<sup>o</sup>s” (NASCIMENTO, 2008, p. 103). Em *Benjamim*, esse tapete mágico, retomemos, é “uma tapeçaria decorada com um elemento obsessivo, uma figura humana que muda de flanco, de dimensões, de roupa e de cenário, mas nunca de fisionomia” (BUARQUE, 2004a, p. 22).



Em tempo, é possível entrelaçar o enredo de *Benjamim* ao poema “fotografia / (citações)” (NASCIMENTO, 2008, p. 47), de *Retrato desnatural*:

**fotografia  
(citações)**

*extraído de um livro  
de rosângela rennó,  
fotógrafa-poeta-arquivista*

um flash-arquivo:  
experimento nova  
microversão da morte  
logo viro fantasma

<sup>115</sup> O modelo fotográfico em questão é André Schwarcz, pai do editor e fundador da Companhia das Letras, Luiz Schwarcz. A fotografia é de Bob Wolfenson, com capa de Hélio de Almeida.

inominável motivo

a foto espectraliza  
como a escrita  
instantaneamente  
*escrever é morrer*  
mas também sobre-  
viver alterando a fatal  
idade das coisas

alguns fotogramas  
sobre o corpo em magenta  
memórias de um segundo  
antes do gozo e do grito  
da ira ou do mito

(imagem de imagem  
um vulto carmin  
criança adulto fuzil  
de verdade ou brin-  
quedo pueril; porém  
a morte a dura morte  
em serviço não brinca)

(s/d)

Sob certo ponto de vista, o *flash-arquivo* de Benjamim também é sua microversão da morte. Depois de *capturado*, Benjamim Zambraia torna-se um espectro, e *aquele* Benjamim Zambraia, como espectro-fotograma, não mais se recupera/ressuscita. Em termos amplos, é uma *morte instantânea*. Para Barthes, em *A câmara clara*, esse sujeito-objeto (ou objeto-sujeito, como para Evando Nascimento) é nomeado “*Spectrum* da fotografia, porque essa palavra mantém, através de sua raiz, uma relação com o ‘espetáculo’ e a ele acrescenta essa coisa um pouco terrível que há em toda fotografia: o retorno do morto” (BARTHES, 1984, p. 20). Se, como a escrita, fotografar-se é morrer, é também *sobre-viver*, na múltipla leitura que os versos encenam: sobreviver alterando a fatal idade das coisas; sobre viver alterando a fatal idade das coisas; sobreviver alterando a fatalidade das coisas; sobre viver alterando a fatalidade das coisas etc.

Em outra frequência, sobreviver *alterando*, sendo *outro*, *alterado*, valendo-se da etimologia do prefixo de origem latina *alter-*. Mas essa *sobrevida* não significa uma ressurreição, como viver novamente. Ao contrário, é a reafirmação de que a existência não pode ser recuperada: “O que a Fotografia reproduz ao infinito só ocorreu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se existencialmente” (BARTHES, 1984, p. 13). Ao se trajar como o *outro/morto* modelo, é como se Benjamim vestisse sua própria pele morta. Por meio de suas fotografias e filmagens “antes do gozo

e do grito / da ira ou do mito”, Benjamim, de certa forma, já assistira à morte de Benjamim Zambraia, que vai acontecer *mais uma vez* na cena final.

Com Derrida, vemos que o *mito da escrita* opõe esta à fala, considerada o *lógos* vivo. A escritura seria vinculada à não presença do “sujeito falante”: “A especificidade da escritura se relacionaria, pois, com a ausência do pai” (DERRIDA, 2005, p. 25). *Escrever é morrer*. Apesar de criada, no mito, por Thoth como *remédio* para a memória (*mnéme*), a escritura, no *Fedro*, de Platão, é condenada por ser um *veneno*, servindo apenas para a recordação (*hypómnesis*). Sob certo viés, a fotografia também teria semelhante função (*fotografar-se é morrer*), nesse jogo entre presença e ausência, comportando-se como *phármakon*. Nesse sentido, a pasta na qual Benjamim guarda suas fotografias é um arquivo, um *suplemento* para a memória.

O limite (entre o dentro e o fora, o vivo e o não-vivo) não separa simplesmente a fala e a escritura, mas a memória como desvelamento (re-)produzindo a presença e a rememoração como repetição do monumento: a verdade e seu signo, o ente e o tipo. O “fora” não começa na junção do que chamamos atualmente o psíquico e o físico, mas no ponto em que a *mnéme*, em vez de estar presente a si em sua vida, como movimento da verdade, se deixa suplantar pelo arquivo, se deixa excluir por um signo de re-memoração ou de comemoração (DERRIDA, 2005, p. 66).

Com a câmera girando pela sala, “imagem de imagem”, a morte não é mais uma novidade – “a morte a dura morte / em serviço não brinca”: após o *tiro/disparo* do *fuzil/câmera* (“de verdade ou brin- / quedo pueril”, “naquele instante Benjamim assistiu ao que já esperava” (BUARQUE, 2004a, p. 162). *Mais uma vez*, por meio das imagens, repetidas mecanicamente, Benjamim Zambraia, mesmo morto, poderá ter uma sobrevida.

Com base no texto de Barthes, Andréia Delmaschio ressalta que “de um certo ponto de vista o ato de Benjamim, de buscar Ariela a partir da imagem de Castana – e *vice-versa* –, se mostra um erro, pela confusão de referentes; de outro, a única coisa que ele poderia fazer era mesmo carregar pelas ruas, para tentar descobrir o paradeiro de Ariela, a foto de Castana” (DELMASCHIO, 2014, p. 115). Morta, Castana Beatriz só pode ter uma presença enquanto fotografia, e toda tentativa de *ressuscitá-la* em Ariela se mostra falha.

Há ainda que se acrescentar que a Pedra do Elefante se torna uma espécie de duplo do protagonista, de frente para a qual está localizado o seu apartamento: “Do décimo andar, frontal ao centro do abdome da Pedra, ele sabia que a iria encarar diariamente até o fim da vida” (BUARQUE, 2004a, p. 53). Benjamim, então, cada vez mais se assemelha à Pedra: “Há o cheiro da Pedra em Benjamim, que à saída do quarto fita Ariela,



empedernido; é tão presente a Pedra naquela sala que, se Benjamim viesse a emparedar a janela, parece a Ariela que a Pedra ficaria do lado de dentro” (BUARQUE, 2004a, p. 158). Sabendo que “jamais detectaria a mínima transformação na Pedra”, “de quando em quando ele tinha a sensação de penetrar na dimensão temporal da Pedra” (BUARQUE, 2004a, p. 53). Tanto a imobilidade, enquanto modelo *fotográfico*, quanto a *permanência* infinita na qualidade de objeto morto aproximam de Benjamim o signo da Pedra, “pois no relógio das pedras a longevidade humana não conta um segundo” (BUARQUE, 2004a, p. 53).

Petrificado em vida, “Benjamim Zambraia vive como que fossilizado, ou suspenso no tempo” (DELMASCHIO, 2014, p. 98), uma vez que se aposentara com pouca idade, mantendo-se apartado de demais relações amorosas e profissionais desde então. Seu acervo de fotografias de si e de Castana Beatriz serve, portanto, como para dar *sobrevida* ao jovem casal de namorados. Se, de certa maneira, como ressalta Susan Sontag, “fotografar é apropriar-se da coisa fotografada” (SONTAG, 2004, p. 14), manter as fotografias significa *apropriar-se* desses *eus*, garantindo sua perenidade, à qual recorre sempre que deseja (quando quer reencontrar os mortos Benjamim Zambraia e Castana Beatriz). Já que as “fotos fornecem um testemunho” (SONTAG, 2004, p. 16), elas atestam a existência do passado: “o passado, doravante, é tão seguro quanto o presente, o que se vê no papel é tão seguro quanto o que se toca” (BARTHES, 1984, p. 130). Sobre a fotografia como técnica de reprodução, Walter Benjamin repete as mesmas palavras em “Pequena história da fotografia” e “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. Neste texto, todo o trecho foi extraído daquele, que data de 1931, para explicar a “destruição da aura”:

Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto de tão perto quanto possível, na imagem, ou melhor, na sua reprodução. E cada dia fica mais nítida a diferença entre a reprodução, como ela nos é oferecida pelos jornais ilustrados e pelas atualidades cinematográficas, e a imagem. Nesta, a unicidade e a durabilidade se associam tão intimamente como, na reprodução, a transitoriedade e a reprodutibilidade. Retirar o objeto de seu invólucro, destruir sua aura, é a característica de uma forma de percepção cuja capacidade de captar o “semelhante” no mundo é tão aguda que, graças à reprodução, ela consegue captá-lo até no fenômeno único<sup>116</sup> (BENJAMIN, 1994, p. 101).

---

<sup>116</sup> Assim em “Pequena história da fotografia”. Em “A obra de arte...”: “Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto de tão perto quanto possível, na imagem, ou melhor, na sua reprodução. Cada dia fica mais nítida a diferença entre a reprodução, como ela nos é oferecida pelas revistas ilustradas e pelas atualidades cinematográficas, e a imagem. Nesta, a unicidade e a durabilidade se associam tão intimamente como, na reprodução, a transitoriedade e a reprodutibilidade. Retirar o objeto de seu invólucro, destruir sua aura, é a característica de uma forma de percepção cuja capacidade de captar “o semelhante no mundo” é tão aguda, que graças a reprodução ela consegue captá-lo até no fenômeno único (BENJAMIN, 1994, p. 170).

A aura, portanto, se compõe da “aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja” (BENJAMIN, 1994, p. 170), sendo destruída pela massificação da reprodução com o intuito de “tornar as coisas mais próximas”. O *punctum* barthesiano, o acaso que na foto *punge* o *spectator*, reaproxima sujeitos distantes no tempo, restituindo uma sensação de presença. Deparando-se com as imagens de Castana Beatriz nas fotografias de sua coleção, Benjamim, como que *ferido*, repentinamente, “tapa as revistas, abafa a manequim, recolhe o maço de fotos, esmaga-as contra o peito e tenta atochá-las na pasta onde não querem mais caber” (BUARQUE, 2004a, p. 22). Se Barthes encontra na fotografia de sua mãe o convívio com aquilo que está ausente, Benjamim procura reaver Castana para além do papel, mas na presença *real* de Ariela, ao ponto em que esta suplementa aquela. Tampouco Ariela, apesar de sua existência, torna-se acessível a ele ao longo de sua busca, perdendo-a para Aliandro/Alyandro. A morte/fotografia, então, também captura Benjamim. Pungido, ele percebe que, por meio da fotografia – de si e do outro –, a presença só é possível como *microversão da morte*.

#### 4.2.3 *Budapeste*

O terceiro romance de Chico Buarque, publicado em 2003, obteve recepção distinta dos dois anteriores. Desta vez, para além da considerável quantidade de textos elogiosos, não houve (pelo menos entre a crítica corrente) depreciações com base na superioridade de suas canções, como se a literatura fosse uma “invenção de moda” de Chico Buarque. A obra atingiu altas tiragens e acabou como vencedora do Jabuti. A maior parte da crítica se rendeu à qualidade da escrita – em especial se comparada à de *Estorvo* e de *Benjamim* – e à habilidade com que desenvolveu o tema do duplo, caro à tradição literária. Dos cinco romances publicados até o momento, é o que talvez tenha alcançado a maior unanimidade entre leitores, apaziguando um pouco as dúvidas sobre a capacidade do compositor como escritor – e o que, talvez, tenha solidificado definitivamente o mito do autor Chico Buarque.

Apesar de instigante na obra, o jogo do duplo, que não aparece como acessório, mas como elemento estrutural, já tem sido amplamente esmiuçado pela crítica nos últimos

anos<sup>117</sup>. Neste momento, não seria produtivo analisar as numerosas ocorrências de duplos da narrativa, sem nada a elas acrescentar. Com frequência são citados pares como José/Zsoze, Brasil/Hungria, Rio/Budapeste, português/magiar, Vanda/Wanda, Vanda/Vanessa, Vanda/Kriska, prosa/poesia, fama/anonimato, além de artifícios como acrônimos, com grande refinamento de elaboração, chegando ao projeto gráfico de capa, que se espelha na quarta-capa, *alterando/alternando* a autoria entre Chico Buarque e Zsoze Kósta.

De certa maneira, o duplo também compõe o mito Chico Buarque. Sua identidade supostamente se divide entre *Chico Buarque compositor* e *Chico Buarque escritor*; entre Chico Buarque e Julinho da Adelaide<sup>118</sup>; entre a composição lírica e a engajada; entre Rio de Janeiro e São Paulo; entre Brasil e Paris; entre chicolatria e chicoclastia; entre comprar baguetes e dar autógrafos; entre Francisco Buarque de Hollanda e Chico Buarque. O mito solicita que se tome a decisão por algum dos polos, porém, ao mesmo tempo, não os exclui, pois esses polos o abastecem. Compositor ou escritor, são duas das múltiplas faces de um sujeito. Não se pode dizer duas faces de uma mesma moeda pois não é possível supor *uma mesma moeda*.

Tal é o risco da análise que se limita ao duplo: pressupor identidades fixas para qualquer um dos lados. Em Chico Buarque, tem-se alimentado que o trabalho de composição e o de escrita literária são realizados de maneira isolada, como se engendrassem universos à parte:

**JB - Ainda confundem o Chico escritor com o compositor?**

Chico - Sem dúvida. Tem gente que compra o meu livro achando que vai encontrar ali o compositor. Mas a tendência do leitor é saber discernir uma coisa da outra, o músico do escritor. Benjamim deverá vender menos que Estorvo, e o meu próximo livro provavelmente vai vender menos ainda, até

<sup>117</sup> Para além de *A máquina de escrita (de) Chico Buarque*, de Andréia Delmaschio (que, apesar do enfoque na questão da autoria, acrescenta importante leitura sobre o tema), com a qual dialogo estreitamente nesta tese, pelo menos três dissertações, localizadas no Banco de Teses da Capes, também trataram da temática do duplo em Budapeste: Flavia Helena, *O fabricante de textos - uma leitura de Budapeste de Chico Buarque*, mestrado; Rafael Torres Correia Lima, *Budapeste: O (re)velar de um (não)autor*, mestrado; Vera Lúcia Jursys, *O fotográfico em Budapeste de Chico Buarque: Uma intersemiose verbo-visual*, mestrado. Ademais, a maior parte da fortuna crítica disponibilizada na página oficial de Chico Buarque também ressalta o tema. Disponível em:

<[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=budapeste\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=budapeste_critica.htm)>. Acesso em: 23 abr. 2016, 23h46.

<sup>118</sup> Marcelo Rubens Paiva diz à *Folha de São Paulo*, em 14/04/2003: “Em seu novo romance, ‘Budapeste’, que chega agora às livrarias, a ironia está no foco, como se a narrativa tivesse a caneta de Julinho da Adelaide, pseudônimo que Chico usou para ridicularizar as incongruências do passado”. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=budapeste\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=budapeste_critica.htm)>. Acesso em: 24 abr. 2016, 00h05.

cair na realidade do público de um escritor de uma literatura que não é fácil, que não pretende ser popular<sup>119</sup>.

A mídia, naturalmente, lançou os facho de seus holofotes para essa dupla atuação de Chico Buarque. Ao que parece, não era interesse que uma das facetas míticas (a de autor ou a de compositor) perdessem visibilidade, sendo constantemente reforçadas como polos supostamente opostos, mas que operam em conjunto na mitificação. Com a produção dos romances, a partir da década de 1990, tornou-se um tópico recorrente em notícias e entrevistas a atuação ora na música, ora na literatura, colaborando, ambas as atuações, em prol do mito Chico Buarque:

#### **OCAS - Você trocou a música pela literatura?**

CHICO - Há 2 anos, eu simplesmente só fiz escrever. Meu violão ficou desafinado. Não é que eu não tocava violão, eu não tocava no violão. Porque eu não consigo misturar as duas coisas. E agora estou pensando para voltar para a música, existe essa dificuldade. Parece coisa fácil, as pessoas acham que é um pouco isso, mas não é. Do tipo deu na veneta escrever um livro, pronto, vou lá e escrevo um livro. Deu na veneta fazer música. Não é assim, é custoso. Começar a escrever um livro demora muito, você tem que escrever todo dia, aquela coisa. Eu, por exemplo, quando cheguei ao terceiro capítulo, falei: "Caceta, esse cara não é um arquiteto, a profissão dele não é essa". Aí volta tudo. Quer dizer, não foram 2 anos escrevendo um livro de 170 páginas. Foram 2 anos escrevendo vários livros que joguei fora. Todo mundo sabe que é assim, mas é mais do que as pessoas imaginam. E não ache que eu estou me queixando, pelo contrário, foram 2 anos maravilhosos. Tive momentos muito difíceis, em que tinha que jogar fora coisas que eu gostava. Ficava uns 2 dias até conseguir tomar a decisão. Quando conseguia, me sentia muito bem, como se eu largasse um vício, uma coisa que me fazia mal. Depois, na hora de retomar, dá medo de entrar no caminho errado de novo, de trabalhar mais 1 mês e ter que jogar fora. Em muitos momentos, dá uma grande agonia. Você não sabe onde está o final, quando tem que acabar, se vai ficar bom, se vai interessar a alguém. Mas dá muito prazer conseguir, antes de dormir, à noite, imprimir o que você escreveu naqueles dias, ler e gostar daquilo que escreveu. Porque o escritor tem que gostar de ler. Tem que gostar de ler aquilo que, por um acaso, foi ele quem escreveu. A questão é que agora essa história de tradução ainda está me prendendo a esse livro. Eu gostaria de já estar livre dele, porque quero voltar a compor. Já estou pegando o violão, mas estou com a cabeça um pouco presa lá ainda<sup>120</sup>.

Com esse cenário, ao contrário do que parecia prever Chico Buarque em 1995, seu terceiro livro alcançou maior sucesso que os anteriores, parecendo confluir nessa obra, junto a uma trama bem urdida, a figura mítica do autor, reforçada pela autorreferencialidade. A narrativa tem como foco o *ghost-writer* José Costa, que aportou

<sup>119</sup> Entrevista ao *Jornal do Brasil*, em 19/10/95. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre\\_jb\\_95.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre_jb_95.htm)>. Acesso em: 20 jul. 2016, 14h31.

<sup>120</sup> Entrevista à Revista Ocas, em 24/07/04. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre\\_fsp\\_261204b.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/mestre.asp?pg=entrevistas/entre_fsp_261204b.htm)>. Acesso em: 20 jul. 2016, 15h43.

em Budapeste após um imprevisto com seu voo de Istambul a Frankfurt. É na Hungria que surge a grande imagem do duplo no romance. José Costa torna-se Zsoze Kósta por sua interação com Kriska: “Deixei que falasse Zsoze Kósta até se habituar e não corriji sua pronúncia, muito menos caçoei de Kriska, antes, dei-lhe razão e passei a me conhecer por Zsoze Kósta em Budapeste. Logo ela abandonaria o Zsoze e me chamaria de Kósta, julgando ser esse meu nome de batismo, que para os húngaros sucede ao sobrenome” (BUARQUE, 2003, p. 62-63). Traçar o paralelo José Costa/Brasil – Zsoze Kósta/Hungria, numa alternância entre suas paragens pelos dois territórios, é demasiadamente redutor, como se lá fosse um, cá fosse outro. O que quero defender é que em nenhum momento há *um* José/Zsoze, nunca há um *mesmo*. Em suas idas e vindas entre Budapeste e Rio de Janeiro, a cada pouso tudo está transmutado, como se observa em sua relação com os demais personagens (Vanda, Kriska, Joaquinzinho, Pisti, p. ex.), cujas *alterações* só se percebem com a chegada de José/Zsoze. Cada um deles é *outro* depois da travessia do oceano:

Entretanto, olhando a Vanda assim de repente e tão de perto, mais uma vez me admirei; minha primeira dúvida, sempre que vinha de viagem, era se a Vanda ganhara viço na minha ausência, ou se em meus pensamentos ela desbotava (BUARQUE, 2003, p. 27).

Eu não sabia que a Vanda agora apresentava o jornal noturno, e à primeira vista me pareceu que a cabeça diminuía. Depois, percebi que tinha clareado os cabelos, e esticava os cachos, e usava rímel, pingentes nas orelhas, uma camisa com colarinho, um paletó de homem, com ombreiras (BUARQUE, 2003, p. 76).

Ali, por uns segundos tive a sensação de haver desembarcado em país de língua desconhecida, o que para mim era sempre uma sensação boa, era como se a vida fosse partir do zero. Logo reconheci as palavras brasileiras, mas assim era quase um idioma novo que eu ouvia, não por uma ou outra gíria mais recente, corruptelas, confusões gramaticais (BUARQUE, 2003, p. 155).

Depois olhei os olhos com que me fitava, e eram olhos femininos, muito negros, eu conhecia aqueles olhos, Joaquinzinho. Sim, era meu filho, e por pouco não pronunciei seu nome (BUARQUE, 2003, p. 157).

E vi a cara risonha de Pisti, Pisti que nunca sorria, e a seu lado a mulher com uma pequena filmadora parecia Kriska, mas não era, era, não era, era, mas estava diferente (BUARQUE, 2003, p. 167).

Mais que duplo, quero crer que Zsoze é *um outro* de José, cuja identidade se transmuta de diversas maneiras. Sob certo viés, ele foi *mapeado*: “Não me aborrecia caminhar assim num mapa, talvez porque sempre tive a vaga sensação de ser eu também o mapa de uma pessoa” (BUARQUE, 2003, p. 56). Ao contrário do que parece, um mapa, ainda que seja um mapa-múndi, só aparentemente dá a ideia de totalidade. A cartografia,

na verdade, é exatamente esse pedaço incompleto que jamais atingirá a plenitude geográfica. Sendo a Terra uma esferoide oblata, só permite uma visão falsamente totalizante se representada de forma plana em papel. É falsamente totalizante porque toda representação cartográfica sofre distorções devido à impossibilidade de representá-la por completo. São objetos (sujeitos, espaços) dinâmicos, mutáveis, enfim, *alteráveis*, cuja estaticidade do papel/fotografia revela um engodo. “Ser o mapa de uma pessoa”, portanto, apenas oferece a ilusão de encontrar um sujeito pleno através da cartografia – só permite um *quase*:

Certa manhã, ao deixar o metrô por engano numa estação azul igual à dela, com um nome semelhante à estação da casa dela, telefonei da rua e disse: aí estou chegando quase. Desconfiei na mesma hora que tinha falado besteira, porque a professora me pediu para repetir a sentença. Aí estou chegando quase... havia provavelmente algum problema com a palavra quase. Só que, em vez de apontar o erro, ela me fez repeti-lo, repeti-lo, repeti-lo, depois caiu numa gargalhada eu me levou a bater o fone. Ao me ver à sua porta teve novo acesso, e quanto mais prendia o riso na boca, mais se sacudia de rir com o corpo inteiro. Disse enfim ter entendido que eu chegaria pouco a pouco, primeiro o nariz, depois uma orelha depois um joelho, e a piada nem tinha essa graça toda (BUARQUE, 2003, p. 5).

Pela escrita, José/Zsoze também só pode ser outro. *Ghost-writer*, sua identidade é fantasmagórica, imprecisa: “Meu nome não aparecia, lógico, eu desde sempre estive destinado à sombra, mas que palavras minhas fossem atribuídas a nomes mais e mais ilustres era estimulante, era como progredir de sombra” (BUARQUE, 2003, p. 16). Escrever em nome do *outro*, de certa forma, era também *ser outro*, sob luvas (de pelica?): “[...] o Álvaro adestrava o rapaz para escrever não à maneira dos outros, mas à minha maneira de escrever pelos outros, o que me pareceu equivocado. Porque minha mão seria sempre a minha mão, quem escrevia por outros eram como luvas minhas, da mesma forma que o ator se transveste em mil personagens, para poder ser mil vezes ele mesmo” (BUARQUE, 2003, p. 23).

Com um substituto para suas funções, percebe-se que aquele que se julgava o José Costa era facilmente re-produzível:

Li a primeira linha, reli e parei, tive de dar o braço a torcer; eu não saberia introduzir aquele artigo senão com aquelas palavras. Fechei os olhos, achei que poderia adivinhar a frase seguinte, e lá estava ela, tal e qual. Cobri o texto com as mãos e fui removendo os dedos a cada milímetro, fui abrindo as palavras letra a letra como jogador de pôquer filando cartas, e eram precisamente as palavras que eu esperava. Então tentei as palavras mais inesperadas, neologismos, arcaísmos, um puta que o pariu sem mais nem menos, metáforas geniais que me ocorriam de improviso, e o que mais eu concebesse já se achava ali impresso sob as minhas mãos (BUARQUE, 2003, p. 24).

Essa *terceirização de si* demonstra o quão falsas são as identidades pré-fixadas, podendo ser criadas e emuladas de acordo com os mais variados interesses – e, nesse caso, um interesse de mercado. A própria identidade passa a ser um produto reproduzido em série, pondo em xeque até mesmo o suposto ponto primordial da imitação.

Era aflitivo, era como ter um interlocutor que não parasse de tirar palavras da minha boca, era uma agonia. Passei a olhar enviesado para o rapaz, pensei em desafiá-lo peito a peito, apertá-lo contra a parede, mas logo foi contratado outro rapaz, e outro, e a todos o Álvaro lograva impor meu estilo, quase me levando a crer que meu próprio estilo, lá no começo, seria também manipulação dele. Quando me vi cercado de sete redatores, todos de camisas listradas como as minhas, com óculos iguais aos meus, todos com meu penteado, meus cigarros e minha tosse, me mudei para um quartinho que estava servindo de depósito, atrás da sala de recepção. Ali recuperei o gosto pela escrita, pois os artigos para a imprensa me deprimiam, eu já tinha a impressão de estar imitando meus êmulos (BUARQUE, 2003, p. 24-25).

A série, pois, questiona a existência desse *eu* detentor de uma identidade particular, única e intransferível: “**dos eus (série III)**: seria um eu serial ainda um eu? seria “eu”? ou eu seriam “eles”? seria esta ainda uma série, já que as séries têm como princípio a impessoalidade? seria o que seria? o que funda o eu e a série? o levanta a pergunta, afronta ou lapso?” (NASCIMENTO, 2008, p. 133). Em sua profissão, não apenas se torna *outro*, mas também intercambia identidades com o outro: “Pegava a esmo uma das vinte fitas cassete que o alemão deixava gravadas, ouvia vagamente sua voz, pousava os dedos no teclado, e eu era um homem louro e cor-de-rosa sete anos atrás, quando zarpei de Hamburgo e adentrei a baía de Guanabara” (BUARQUE, 2003, p. 29). Depois, a reinvenção integral da biografia de Kaspar Krabbe: “De qualquer modo naquele instante fechei o jogo, arregacei as mangas, pousei os dedos no teclado, zarpei de Hamburgo, adentrei a baía de Guanabara e preferi nem ouvir as fitas do alemão” (BUARQUE, 2003, p. 38). De certa maneira, esse episódio retoma a velha discussão sobre a *verdade* nas biografias/autobiografias. Sabemos, por diversos motivos, que não podemos confiar no que esses textos nos informam – apesar de ainda vigor o pacto autobiográfico: em primeiro lugar, não há identidades estáveis como se propõem nessas narrativas; além disso, a *reconstrução literária* de fatos empíricos põe de vez o autobiografado na condição de personagem, sujeito às arbitrariedades do autor; e, por fim, a noção de Verdade já não é (ou não deveria ser) um porto-seguro em qualquer tipo de texto.

Mais uma vez a serpente morde a própria cauda. José/Zsoze é surpreendido por seu livro que não escrevera, colocando em jogo novamente a noção de autenticidade: “E a exemplo da minha caligrafia forjada em seu manuscrito, a história por ele imaginada,

de tão semelhante à minha, às vezes me parecia mais autêntica do que se eu próprio a tivesse escrito” (BUARQUE, 2003, p. 169). É com mais esse abalo em sua identidade, portanto, que José/Zsoze – ele próprio forjador de identidades – reconhece sua existência como “a existência tortuosa” de um outro eu. Emulado, menardianamente, apesar de usar suas palavras (como fizeram os demais *eus*/êmulos com que trabalhava), o resultado só pode ser o outro.

[...] era como ler um texto que eu mesmo tivesse escrito, porém com as palavras deslocadas. Era como ler uma vida paralela à minha, e ao falar na primeira pessoa, por um personagem paralelo a mim, eu gaguejava. Mas depois que aprendi a tomar distância do eu do livro, minha leitura fluiu. Por ser preciso o relato e límpido o estilo, eu já não hesitava em narrar passo a passo a existência tortuosa daquele eu (BUARQUE, 2003, p. 173).

Esse outro eu presente em *Budapeste* põe em jogo na trama o autor da obra, com uma suposta *persona* ficcional, na medida em que é, enfim, como *ghost-writer* de Zsoze Kósta, o autor de *Budapest/Budapeste*:

O Sr..., único personagem ironicamente *sem nome próprio* em meio àquele teatro de máscaras ficcionais e excesso de nomes, inventa a autobiografia de Zsoze Kósta, ação que de certa forma o aproxima (a ele, o Sr...), em sua “função”, do seu criador (seu, de José Costa e de Zsoze Kósta), o autor “Chico Buarque” (DELMASCHIO, 2014, p. 148).

Com essa profusão de eus, falar em duplo, no singular, é reduzir toda uma pluralidade de subjetivações do romance.

**cegueira (II):** convivemos muito bem “eu” e meus duplos, cegos uns para o outro. eles o são de nascença, já “eu” sou cego de existência, talvez por jamais poder contemplá-los. assim nunca nos vimos sempre nos amamos. sendo aproximadamente mil trezentos e cinquenta, muitas vezes atravessamos o espelho ao nosso desconhecimento. um dia marcaremos um encontro para enfim nos entrevermos todos ao mesmo tempo (NASCIMENTO, 2008, p. 159).

Também José Costa em determinado momento se vê “completamente cego” (BUARQUE, 2003, p. 97), apenas recuperando a visão ao se olhar no espelho, encontrando “um rosto disforme, cheio de bossas, os olhos inchados” (BUARQUE, 2003, p. 98). Em *Budapeste*, lembrando a multidão de Benjamins Zambraias, há uma multidão de Josés Costas/Zsozes Kóstas, multiplicados como se estivessem numa sala de espelhos, numa emulação sem fim, de modo que não se torna possível localizar um ponto disparador originário. O cuidado, pois, reside em não delimitar a *duas* faces (a um José e um Zsoze) essas infinitas existências tortuosas.

Como outro, Zsoze/José, para quem “estar em evidência era alguma coisa como quebrar um voto” (BUARQUE, 2003, p. 17), deixa o suposto anonimato por trás do qual



se escondia e alcança a fama: “Populares me paravam na rua, me solicitavam o autógrafo em seus exemplares, e com mão dormente eu escrevia dedicatórias que me eram estranhas” (BUARQUE, 2003, p. 170). Em sua condição de *ghost-writer*, José Costa era um autor anônimo, morto, de fato, um *fantasma*, tal como propalavam Barthes e Foucault em meados do século XX. Mesmo assim, não se pode afirmar que com isso tenha superado os moldes autorais pós-românticos, vinculados às noções de propriedade e de gênio, uma vez que não se abstém da “ vaidade de ser um criador discreto”: “O que ocorre é que José Costa – como de resto todo escritor – interioriza (e anterioriza) um público imaginário, que o aplaude e que, temporariamente, lhe basta” (DELMASCHIO, 2014, p. 146).

Independentemente da opção de José Costa pela discrição do anonimato, o mercado editorial não abre mão de seus autores-produto, como também ocorreu em períodos de expansão, no campo acadêmico, da noção de “morte do autor”. O romance do alemão Kaspar Krabbe, como “autor assumido”, vende um grande número de exemplares, pautado nas já conhecidas estratégias mercadológicas: “O romance autobiográfico do alemão seria mais um livreco na minha gaveta, não fosse o Álvaro se investir em seu agente literário e desenvolver uma estratégia de marketing que otimizasse o produto” (BUARQUE, 2003, p. 89). Pode-se dizer que O Ginógrafo tornou-se um *best-seller* de modo similar ao que acontece cotidianamente nas livrarias. O mercado, porém, não dispensa meios de dar prosseguimento e aumentar vendas e lucros, exigindo nova atuação daquele que se tornou espécie de “galinha dos ovos de ouro”: “me parecia até ofensivo que esperassem de mim a produção de *best-sellers* em série” (BUARQUE, 2003, p. 104). Com a velocidade de surgimento e declínio da maioria dos *best-sellers*, logo O Ginógrafo não era mais lembrado nem mesmo por livreiros, sendo substituído por O Naufrágio, que, assim como o anterior, “vendeu mais de cem mil exemplares” (BUARQUE, 2003, p. 160).

Se transformar o autor em celebridade não era o bastante, também a identidade dos *ghost-writers* torna-se item de consumo, visto que alguns, “afinal, pertenciam a essa nova classe de ghost-writers renomados, saíam até em fotos nas revistas, de braços com mulheres altas” (BUARQUE, 2003, p. 104). De certa maneira, tal cenário de exploração de identidades e imagens delineia o oposto do que afirma José Costa: “embora literatura, cá para mim, seja das artes a única que não precisa se exhibir” (BUARQUE, 2003, p. 117). Budapest, o romance que lhe é atribuído na Hungria, também teve esgotada a primeira edição nas livrarias, tornando-se, da mesma maneira, um *best-seller*. Apesar do

estranhamento inicial da nova condição/identidade de *autor renomado*, Zsoze Kósta, enfim, chega a se convencer de ser o verdadeiro autor do livro, assumindo a máscara da “existência tortuosa daquele eu”. Já não é mais o *ghost-writer* José Costa que fala, mas outro, o autor Zsoze Kósta.

Na prática, apesar de José Costa reiterar ao longo da narrativa que O Ginógrafo é *seu* livro, de fato, o autor desse romance autobiográfico é Kaspar Krabbe, enquanto a autoria de Budapest é atribuída a Zsoze Kósta, *pseudônimo* de José Costa. Mesmo não tendo efetivamente escrito os próprios livros, ambos são *autores* das obras cujas capas levam seus nomes. Se se prova o contrário, como quando José Costa revela à Vanda a autoria de O Ginógrafo e a não autoria de Budapest, as obras teriam trocados seus autores? A questão, em geral, recai no campo jurídico.

A frase, reiterada adiante em “não poderia ser eu o autor de um livro que trouxesse meu nome na capa” (BUARQUE, 2003, p. 172), resume com humor o pensamento desconstrutor de uma lógica de mercado e de direito positivo que toma como suficiente afirmadora de autenticidade (e, de um modo vago, de originalidade) a *assinatura* que se apõe a um texto, geralmente no documento de contrato entre autor e editor. Pelas várias razões enumeradas, não há simplicidade na *assinatura*, nem garantia, por meio dela, de autenticidade. A problemática vai além do estranhamento daquele que se acostumou ao oposto, a ver os livros que escreveu serem pulicados sob assinaturas de outrem. A clivagem é percebida e tratada com ironia pelo personagem autor de Chico Buarque (DELMASCHIO, 2014, p. 156).

Em *Budapeste*, como na realidade, o mito do autor reduz toda essa complexa trama autoral<sup>121</sup>, em última instância, à assinatura na capa. Na lógica do capitalismo, o *ghost-writer* atua como otimização dos lucros, quando associa a escrita à criação de um produto a ser comercializado. Sob um outro ponto de vista, *Budapeste* narra a história de sujeitos tragados pelas intempéries do mercado editorial, mitificados portanto, contribuindo, cada um à sua maneira, com seus produtos (escrita, identidade, nome). Mercadologicamente, as estratégias para as vendas de O Ginógrafo e Budapest são as mesmas: um romance autobiográfico escrito por um estrangeiro (Kaspar Krabbe no Brasil e Zsoze Kósta na Hungria) parece promover as vendas em ambos os casos, empurrados por impulsos editoriais, uma vez que autobiografia é “mercadoria com farta demanda reprimida” (BUARQUE, 2003, p. 25).

O mito do autor faz de Zsoze Kósta, Kaspar Krabbe e Kocsis Ferenc celebridades independentemente de não terem escrito suas obras. Mesmo que Zsoze Kósta afirme não

<sup>121</sup> Andréia Delmaschio analisa com arguta minúcia o jogo autoral em *Budapeste*, resvalando também em Chico Buarque como *griffe*, nos capítulos “Chico Buarque e o coral de ventríloquos” (2014, p. 133-159) e “O paradoxo da anônima autoria” (2014, p. 161-183).

ter escrito Budapest, o mito não se desfaz, pois ao mercado interessa explorar ao máximo o lucro sobre seus produtos. Também o meio intelectual compactua com tal situação: ao negar a autoria de seu livro no Clube das Belas-Letras, os demais escritores fizeram festa e fingiram não o ouvir, uma vez que se falava “de corda em casa de enforcado” (BUARQUE, 2003, p. 170). De modo geral, interessa ao autor-celebridade que o mito não se desfaça. A crítica especializada, que poderia contribuir para o desmonte dos mitos, reforça-os. No caso de Chico Buarque é como se parte da crítica repetisse, como Vanda sobre *O Ginógrafo* e como Kriska sobre Budapest, respectivamente: “absolutamente admirável” e “realmente inacreditável”.

Quando Zsoze Kósta passa a ler seu livro para Kriska, sente como se estivesse lendo o texto de outro:

Eu me atrapalhava com a pontuação, perdia o fôlego no meio das frases, era como ler um texto que eu tivesse mesmo escrito, porém com as palavras deslocadas. Era como ler uma vida paralela à minha, e ao falar na primeira pessoa, por um personagem paralelo a mim, eu gaguejava. Mas depois que aprendi a tomar distância do eu do livro, minha leitura fluiu (BUARQUE, 2003, p. 173).

Pierre Menard, ao propor *escrever o Quixote* (e não reescrever) palavra por palavra, tem resultado semelhante: apesar de escrever um trecho idêntico à obra de Cervantes, apenas consegue lograr como resultado *outro Quixote*, distinto do original. Ainda que Zsoze Kósta tivesse de fato escrito seu romance autobiográfico, sua leitura só poderia se realizar sob o estranhamento de encontrar o “eu do livro”, ou, em outras palavras, o *outro*. Com as autorias de Kaspar Krabbe e Zsoze Kósta, *Budapeste* se insere na tradição borgiana das falsas atribuições:

Menard (talvez sem querer) enriqueceu mediante uma técnica nova a arte detida e rudimentar da leitura: a técnica do anacronismo deliberado e das atribuições errôneas. Essa técnica de aplicação infinita nos insta a percorrer a *Odisséia* como se fosse posterior à *Eneida* e o livro *Le jardin du Centaure* de madame Henri Bachelier como se fosse de madame Henri Bachelier. Essa técnica povoa de aventuras os livros mais pacatos (BORGES, 2007, p. 45).

Esse ponto de vista, talvez, nos leve a tomar as autorias atribuídas em *Budapeste* com outras lentes. A autoria não se reduz a poucos critérios, e chego a duvidar se a afirmação “este é o meu livro” significa, de fato, alguma coisa. O nome, sabemos, não é garantidor de autenticidade. Mas o que, hoje, é? Não há limites para as falsificações. Em *Budapeste*, em que nos deparamos com alguns exemplos de compra de manuscritos, vemos como se trata com naturalidade o segredo entre os envolvidos. O próprio Chico Buarque tem sido alvo de acusações sobre a autoria de suas composições:

Mais vídeos de Olhar à Direita - por Eduardo Maia

Anterior · Próxima



Olhar à Direita - por Eduardo Maia

O vínculo de Chico Buarque com as corjas vermelhas que exploram o trabalhador anônimo vai além de mera afinidade ideológica. É que ambos têm o mesmo *modus operandi*.

"Eu não componho não, mas eu trabalho pra cacete"

"São compositores anônimos. Então por aí o meu trabalho é buscar. Tem uns que estão velhos, tem uns que já estão no asilo, tem uns que já pararam, outros entregam as coisas meio... de má qualidade, enfim... então eu tenho que ficar trocando de fornecedor"

Curtir · Comentar · Compartilhar · 7 de abril

69 pessoas reagiram a isso.

Principais comentários ▾

132 compartilhamentos

27 comentários

Compartilhado com:

🌐 Público

3.186 visualizações

Embed Video

Incorporar publicação

Denunciar vídeo

O boato partiu do documentário *Desconstrução*, que acompanha o CD *Carioca*, com cenas de bastidores. No vídeo, Chico Buarque afirma comprar suas composições de diversas pessoas/fornecedores, narrando o fato em tom de piada, até chegar ao último *ghost*, Ahmed (Ahmed / Ar – med / merda?). Apesar de todos os indícios apontarem para o caráter jocoso da produção, houve focos de compartilhamento do vídeo acusando Chico Buarque de, de fato, comprar suas músicas. Tal querela se associa ao cenário político do pós-2014 no Brasil, em que há um movimento ofensivo contra artistas, políticos e cidadãos alinhados com pensamentos de esquerda, como no caso de Chico Buarque, vítima de ataques constantes que tentam resvalar em sua obra artística.

Por outro lado, por mais que acreditemos, jamais poderemos atingir uma Verdade sobre a origem das composições de Chico Buarque. Ainda que se pense que não é verdadeiro que ele as tenha comprado, temos que admitir que *é possível*. A busca por autenticidade, portanto, *é a priori* falha. As contestações jurídicas que possam surgir em

casos de atuações de *ghost-writers* se transformam em batalhas discursivas nas quais o vencedor é aquele que porta uma carta de maior valor, convencendo os juízes de que sua prova é a verdadeira. Porém, mesmo a *prova*, de fato, não garante autenticidade. José Costa, por exemplo, criou a prova contra si mesmo sobre a autoria de O Ginógrafo:

O tabelião abriu o livro de notas sobre a mesa do Álvaro e leu em voz alta a escritura declaratória, onde José Costa confirmava ter prestado serviços de digitação a Kaspar Krabbe, sem qualquer participação autoral em seu relato autobiográfico O Ginógrafo; subscrevi o documento, o Álvaro assinou como primeira testemunha, a segunda ficou de se arranjar. Em seguida busquei na minha escrivania e entreguei a Kaspar Krabbe, conforme o combinado, as vinte fitas cassete com sua voz gravada nos lados A e B, vinte horas de história mal contadas, imprestáveis (BUARQUE, 2003, p. 92).

Com esse aporte documental, seria muito improvável que José Costa contestasse a *autenticidade* da autoria de Kaspar Krabbe. Havia a *prova jurídica*. Em minha dissertação de mestrado, aponte que minha própria escrita poderia ser colocada em xeque, na medida em que, sem muitas dificuldades, dados, imagens e fatos poderiam ser falsificados. Não fui contestado. Os leitores *tiveram fé* em meu texto. A situação se repete: também esta tese está à mercê de provas contra sua *autenticidade*. Teria eu *comprado* esta tese, recorrendo a um dos inúmeros anúncios que *comercializam* trabalhos acadêmicos? Tudo o que peço é que acreditem em minha autenticidade. Kriska acreditou em Zsoze Kósta. Vanda e os demais leitores também acreditaram em Kaspar Krabbe. Acreditamos em Chico Buarque.

Em geral, não se escapa ao *pacto*, aos moldes de Lejeune, que permanece vigente. Esse pacto mantém a decisão sobre a autenticidade dividida entre dois polos: o verdadeiro e o falso. A autenticidade também é um mito, no qual se sustenta que o verdadeiro é o bom. Naturalmente, tal pensamento não se desvincula do sistema de propriedades, atrelando a ele a noção de autoria moderna, de cujos grilhões dificilmente escapamos. Os textos não são, enfim, nossas propriedades? Não desejamos a *proteção* de nossos textos? A escrita não está coberta pelos direitos autorais? Toda autoria, portanto, só existe como ficção do autêntico. No fim das contas, se o *provar* significa *ter fé na prova*, na medida em que sempre estaremos ao sabor de enganações, num universo de *ghost-writers*, falsas atribuições e autenticidades forjadas, Zsoze Kósta e Kaspar Krabbe não são, em última instância, respectivamente, autores de Budapest e O Ginógrafo?

Se retomarmos a função autor, sobre a qual comentaram Foucault, Chartier e Agamben, lembraremos que ela “está ligada ao sistema jurídico e institucional que contém, determina, articula o universo dos discursos” (FOUCAULT, 2013, p. 283-284).

Por um lado, diríamos que Zsoze Kósta e Kaspar Krabbe apoiam-se na função autor para sustentarem as autorias de Budapest e O Ginógrafo. Porém, a aporia da presença-ausência não se encaixa com facilidade no contexto contemporâneo. Ainda que ambos tenham assumido a função autor em textos que não escreveram, se as autorias são contestadas – por exemplo, se se descobre que os dados da autobiografia de Kaspar Krabbe foram forjados – não haveria uma mudança mais significativa que apenas o nome do autor? Uma obra a princípio vista como *autobiografia*, ou, no máximo, romance autobiográfico, poderia se tornar, sob um ponto de vista, um *romance* de autoria de José Costa. Porém, a quebra de contrato gera consequências mais graves, em âmbito até mesmo judicial, do que a simples mudança de gênero textual.

Da presença-ausência, o sistema capitalista só se conforma com a presença como grife, etiqueta, e não como unidade substancial. Assim, não creio que a hipertrofia do autor deva se ocupar apenas com o domínio tirânico do Autor sobre a obra – para o qual Barthes nos chama a atenção –, mas a preocupação deveria residir na cada mais vez intensa exploração comercial (que também não é uma novidade contemporânea) do sujeito empírico. Esse autor de que falamos não morreu no século XX, mas foi fagocitado pelas estratégias mercadológicas, sendo cada vez mais objeto de mitificação.

À ausência de José Costa na Hungria, quando do sucesso de sua obra, seguiu-se a presença do autor no país. Sintomaticamente, sua presença física foi providenciada por “Lantos, Lorant & Budai, os grandes livreiros húngaros” (BUARQUE, 2003, p. 164), como a ilustrar que seu *status* de celebridade/mito – com toda pompa que se segue (recepção no Parlamento, jantar no Palácio do Arcebispo, título de doutor na Universidade de Pécs, conferências etc.) – tem como pano de fundo um interesse empresarial.

O interesse empresarial também recai sobre a figura de Chico Buarque. No romance, ao se colocar em jogo como o personagem Sr...., *persona* à qual atribui a autoria de Budapest/*Budapeste*, Chico Buarque ultrapassa o limite do nome na capa e adentra na narrativa. Como reação, seu nome parece ganhar ainda mais evidência – contribuindo, talvez, para um maior sucesso dessa obra em comparação às anteriores. Com esse livro, o mito Chico Buarque parece ganhar nova roupagem e novo tratamento editorial, tanto estético (considerando a nova série gráfica a partir de então) quanto temático (ao apostar na autorreferência), que aproxima de vez o autor à sua literatura, estabelecendo-o de vez no cenário literário brasileiro.

#### 4.2.4 *Leite derramado*

Talvez em maior grau se comparado aos demais romances de Chico Buarque, *Leite derramado* enfrentou uma recepção bastante dividida com relação à sua narrativa. Por um lado, a obra gerou grande movimentação midiática, como sói acontecer a tudo que é relacionado ao autor, alçada ao *status* de *best-seller* antes e depois de seu lançamento, com cobertura dos principais portais de notícias, anúncios publicitários, construção de página oficial da obra<sup>122</sup>, traduções em vários países, um prêmio Jabuti e participação como grande nome da Festa Literária Internacional de Paraty, ao lado de Milton Hatoum:

Não foi fácil participar de uma mesa com Chico Buarque na Festa Literária Internacional de Paraty. O assédio a um dos artistas mais talentosos e queridos do Brasil inibe qualquer um. Leitores e fãs viajaram das cidades mais distantes para ver e ouvir Chico Buarque. Encontrei gente de Manaus, do interior da Bahia, do Piauí, de Goiás e do Rio Grande do Sul. Alguns leitores subiram em árvores para fotografar seu ídolo, e por pouco não se jogaram lá de cima. Essa idolatria – que revela um grau exacerbado de admiração – é compreensível (HATOUM, 2016).

Além disso, não faltaram os que retomassem a polaridade entre as composições musicais e as obras literárias de Chico Buarque, como faz Pedro Justino Alves, em Portugal, quando afirma que *Leite derramado* é “a confirmação definitiva do músico como escritor” (ALVES, 2016). Também houve comentários mais acentuados em louvor ao autor, como no caso de João Miguel Tavares:

O lançamento de Budapeste, em 2003, é o momento de viragem na carreira artística de Francisco Buarque de Hollanda: a partir daí, os seus livros começaram a ser melhores do que os seus discos. Com a chegada do seu novo romance, *Leite Derramado*, já não há como duvidar da excelência da sua costela literária, o que apenas torna tudo mais injusto e digno de inveja. Como é possível que este belo homem de olhos verdes, filho de um dos maiores historiadores do século XX brasileiro e razoável jogador de futebol, seja não apenas um dos melhores compositores de todos os tempos da MPB como um dos grandes romancistas actuais da língua portuguesa? Quando se diz que Deus é brasileiro, deve ter alguma coisa a ver com isto. E no entanto, o caminho até à consagração literária foi longo (TAVARES, 2016).

Por outro lado, a obra encontrou pelo menos três formas de resistência em sua recepção por parte de leitores e crítica especializada. Em primeiro lugar, houve os que contestassem sua qualidade narrativa, apontando-a às vezes como de composição irregular: “Se o novo romance de Chico Buarque fosse uma partida de futebol, seria um

<sup>122</sup> A página oficial de *Leite derramado* ainda permanece no ar. Disponível em: <<http://www.leitederramado.com.br/wordpress>>. Acesso em: 27 maio 2016, 11h33.

daqueles jogos repletos de lances memoráveis, fintas deslumbrantes, toques de gênio, mas em que o conjunto do time e o desenrolar da peleja deixam a desejar. Falta armação de jogo. O autor de ‘Deus lhe Pague’ e ‘Futuros Amantes’ foi mais longe” (GIANNETTI, 2016). Também Marcelo Mirisola apontou falhas na construção de *Leite derramado*:

[...] o livro, enfim, se desenvolve numa sucessão de chavões e lugares-comuns. Antes disso, relevei a precária abertura dos capítulos, e cheguei a dar um crédito ao autor por acreditar sinceramente que as conexões estabelecidas entre o velho decrépito largado no hospital e suas lembranças eram um gancho capenga, porém um mal menor. Insisti no talento de Chico Buarque, e dei de ombros para a obsessiva pesquisa que, em certos momentos, toma o lugar da própria criação — impressionante, aliás, essa ânsia por “pesquisa” e “firma reconhecida” na literatura atual. Quebrei a cara (MIRISOLA, 2016).

Outro comentário negativo relativo ao desenvolvimento do livro foi efetuado por Nelson Vasconcelos:

Exageradamente bajulado pela imprensa interplanetária, Chico Buarque acaba de lançar “Leite derramado”. Não é um livro ruim. Funciona, e só. Mas não tem nada de novo, nada de original, nada que mereça o reconhecimento grandioso que recebeu antes mesmo de nascer.

Da primeira à penúltima linha, quem está ali nas páginas é o João Gilberto Noll. Chico Buarque encarna o Noll - que está muito quietinho lá no Sul e não lança nada há um bom tempo. “Leite derramado” serve para isto: matar saudades do Noll. Mas o melhor, claro, é sempre ler o original... (VASCONCELOS, 2016).

Em outra direção, os ataques recaíram sobre o sucesso da obra, sendo atrelado à fama prévia de Chico Buarque, em especial após sua premiação com o Jabuti. A confusão se deu após *Leite derramado* ter alcançado apenas o terceiro lugar na categoria romance (cuja primeira posição ficara com *Se eu fechar os olhos agora*, de Edney Silvestre) e, em seguida, ser premiado como “Melhor livro de ficção”. Tal fato era regimentalmente autorizado pela maneira como era organizado o prêmio, em distintas formas de votação por distintos grupos avaliadores. A aparente inconsistência do resultado não era nova. Ela também ocorreu, por exemplo, nos anos de 2000 e 2008, em que os autores Menalton Braff e Ignácio de Loyola Brandão, respectivamente, não ocuparam a primeira posição em suas categorias mas foram os vencedores na categoria ficção. Com Chico Buarque, porém, o fato ocasionou protestos entre leitores e editoras, com a ameaça do Grupo



Record de desistir do Jabuti<sup>123</sup> e a criação da petição *on-line* solicitando a devolução do prêmio<sup>124</sup>. Reinaldo Azevedo, por exemplo, que com certa frequência direciona à pessoa de Chico Buarque sua verve antiesquerdista<sup>125</sup>, comentou em seu *blog* no portal da revista *Veja*:

O que se premia em Chico não é a obra literária, mas a personalidade, a personagem, o mito do “intelectual” (?) recluso, avesso aos holofotes na era das celebridades — o que faz dele, evidentemente, uma celebridade. Tão importante quanto premiar Chico Buarque é saber se ele vai aparecer para receber aquela “humilde homenagem”... (AZEVEDO, 2016).

Por último, tratando da narração do declínio de uma família aristocrática brasileira, houve ainda quem associasse os Assumpção de *Leite derramado* aos Buarque de Hollanda, como faz Jonas Lopes:

Nenhuma falha, contudo, é mais grave do que a abordagem sociológica de boteço (ou de centro acadêmico) que Chico aplica à história. Em todo o tempo ele se dedica a culpar a origem nobre de seu protagonista como razão de todos os descaminhos do país — do racismo à corrupção política. Pedido de desculpas de um burguês (um Buarque de Hollanda...) a várias gerações de miseráveis? Talvez (LOPES, 2016).

Quanto a isso, tematicamente, também se vincula um evidente traço biográfico: a remissão à obra *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda. Tal fato excede as páginas da narrativa para atingir a figura do autor, ou seja, a leitura de *Leite derramado* passa a agir não só sob a influência da grife Chico Buarque, mas também provocada por sua figura empírica, na medida em que parece dialogar com o próprio pai, embora a intenção não seja assumida:

<sup>123</sup> “Grupo Record desiste do Jabuti e CBL se surpreende”. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/materias/2010/11/12/60865-grupo-record-desiste-do-jabuti-e-cbl-se-surpreende>>. Acesso em 27 maio 2016, 14h59.

<sup>124</sup> A campanha teve amplo apoio de Reinaldo Azevedo. Curiosamente, a petição teve assinatura de nomes falsos, como Madame Bovary e Barack Obama. O caso foi comentado na reportagem “Petição contra Jabuti de Chico Buarque tem nomes falsos”, da *Folha*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2511201023.htm>>. Acesso em: 27 maio 2016, 15h04.

<sup>125</sup> São numerosos os textos do jornalista tecendo duras críticas à obra de Chico Buarque, tanto à sua qualidade como artista, quanto à sua atuação política e intelectual: “Querem que eu fale a sério sobre o Jabuti do sambista Chico Buarque? Pois não! Então vamos lá!”, “Chico Jabuti será lido agora em coreano! Mas quem paga a conta é você!”, “VAMOS PRIVATIZAR CHICO BUARQUE!”, “Chico Buarque e o humor involuntário”, “Que Chico Buarque e Caetano descansem em paz no túmulo da impostura, com Lula, Dilma, o PT e a corja toda”, “Um texto meu na Folha: A censura de Chico Buarque e das hordas petistas”, “Chico é o homem cordial analisado por seu pai”, “Chico Buarque, o capataz de liberdade de expressão, volta a dizer besteira”, “O Brasil precisa de mais Lobão, o roqueiro, e de menos Chico Buarque, o propagandista do regime”, “A covardia de Chico Buarque: quando não restar mais nenhum argumento, ataque a Globo. Os idiotas costumam zurrar de satisfação!”. Todas as manchetes acima foram retiradas de seu *blog*, no portal da revista *Veja*. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/>>. Acesso em: 27 maio 2016, 15h36.

**Falou nas lembranças de família. Há críticos que consideram que há neste livro grande influência da obra do seu pai, o historiador Sérgio Buarque de Holanda, autor de “Raízes do Brasil”.**

Conscientemente não há influência dos livros de meu pai. Há a presença do meu pai porque ele é um historiador e os estudos e o trabalho dele normalmente vazavam para a conversa do dia-a-dia. Não que se fosse conversar sobre a história do Brasil o tempo todo. Inclusive eu citei lá coisas anedóticas que ele gostava muito. O que ele não podia usar, porque não cabia no tom dos livros dele, os restos dessas histórias, a pequena história, eram assuntos lá em casa. Pequenas coisas sem importância que nas pesquisas ele descobria, que eram engraçadas, mas não faziam parte do repertório dele oficial, do que era escrito. Mas que ele comentava. Eu naturalmente sou interessado em História, em História do Brasil especialmente, mas não sou um grande estudioso nem sequer da obra do meu pai.

**É como se houvesse uma sombra, como se a obra do seu pai fosse demasiado grande? Deve ser complicado ser filho do seu pai, como deve ser complicado, para as suas filhas, serem suas filhas.**

Vou lhe falar a verdade. O meu pai, o nome dele na minha juventude e na minha infância, não pesavam sobre mim. Até pelo contrário, as pessoas perguntavam se eu era filho do Aurélio. O Aurélio é um dicionarista [risos]. É um primo distante do meu pai. E eu ficava aborrecido de me falarem sempre do Aurélio. E saía no jornal “Chico, filho do Aurélio” ou “Chico, sobrinho do Aurélio”, nem sobrinho eu sou! E eu dizia: “Sou filho do Sérgio” [diz com entoação]. Não tive esse problema com o meu pai. Poderia ter uma rejeição pelo peso que ele tem. Mas os livros dele são livros para historiadores. Eu conheço o que o meu pai escreveu, mas não sou profundo conhecedor. Agora o assunto, sim, me interessa. História talvez seja mais até genético do que resultado de aprendizado. Leio um jornal, há referências históricas, eu vou ali. Como se há um mapa das Honduras, vou olhar o mapa. Se há uma referência a uma guerra no Afeganistão, gosto de ir ver de onde é que vem isso, tenho um interesse natural por História. Mas repito: não sou um estudioso. Não tenho a pretensão com o meu livro de estar interpretando a história do Brasil<sup>126</sup>.

Na genealogia de Eulálio, a crítica também viu a genealogia de Chico Buarque:

**Por que é que deu à personagem o nome de Eulálio? O seu tetravô também se chamava Eulálio.**

Como é que você sabe disso?!

**Está no livro “Tantas Palavras, Todas as Letras & Reportagem biográfica de Humberto Werneck” (Companhia das Letras) que ele se chamava Eulálio da Costa Carvalho.**

(risos) É verdade, é verdade. Não, não foi em homenagem ao meu tetravô, não.

**Em Paraty disse que as lembranças da família tinham sido muito importantes.**

Relatos de família, coisas que ouvi, estão no livro. Mas o nome Eulálio não. O nome Eulálio é um nome que existe na minha família e que se repete. Meu tetravô e também um tio que se chamava Eulálio. [Já anoiteceu, o escritor olha através da janela e perde-se: “Ai, que lua. Linda mesmo!”] O curioso é que o

<sup>126</sup> Entrevista à revista portuguesa *Ípsilon*, em 17/07/2009. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 20 jul. 2016, 16h21.

nome não foi pensado no início, mas há essas coincidências que são instigantes. Quando começo a encontrar coincidências, tenho a impressão de que estou no caminho correcto. Já com o livro encaminhado fui descobrir o significado da palavra eulalia. A minha preocupação com a narrativa era tornar a fala ou a escrita - que é uma verborragia constante desse velho - fluida. Queria dar uma fluidez a essa narrativa que permite que alguns capítulos sejam, na verdade, parágrafos únicos.

A autorreferência autoral é um forte traço da literatura contemporânea, e Chico Buarque parece não se furtar a ela. No entanto, se tal prática tende a aguçar a curiosidade do leitor a respeito da vida empírica de quem escreve, ao se tratar de Chico Buarque, esse tipo de ação mantém em evidência o mito do autor, não o deixando ser nublado pela imensa figura do compositor. Se para o mercado há o interesse de que tanto o escritor quanto o compositor permaneçam sob os refletores, os laivos biográficos inseridos nos romances cumprem de forma eficiente esse papel. O mito do autor Chico Buarque é reforçado em benefício do macromito Chico Buarque – e, acima de tudo, em benefício do mercado.

Como consequência, as reações da crítica nos mostram que, para o bem, para o mal, um romance de Chico Buarque não passa em silêncio. Até o momento, o cenário projetado pela recepção foi bastante distinto em cada romance: nos dois primeiros, apesar de alguns pontuais comentários negativos, a acolhida foi majoritariamente positiva. Não podemos esquecer, entretanto, que tais comentários falavam em meio à década de 1990, quando o mercado editorial ainda se reconfigurava com a abertura democrática, as novas tecnologias e o barateamento da produção. O sucesso das obras sob a grife Chico Buarque, portanto, era muito provável. *Budapeste*, por outro lado, já em 2003, talvez seja o ponto pacífico quanto a um suposto *mérito literário* do qual desconfiam do compositor, e se pode dizer que as avaliações foram unanimemente positivas. Com *Leite derramado*, porém, a desconfiança parece retornar e ganhar força, uma vez que o mercado editorial nacional já se encontra mais organizado, lançando frequentemente novas obras e novos autores com maior impacto do que ocorria nas últimas décadas. É natural, assim, que se desafiem figuras que carreguem por si sós todo o *marketing* necessário para amplas vendas.

A questão ainda resvala na discussão entre *qualidade estética* e *interesse de mercado*, que formam uma equação de difícil pacificação, uma vez que a própria definição da primeira muitas vezes está submetida ao segundo. Se podemos arriscar, entrevemos nessa suposta disputa entre *arte* e *mercado* – a partir da fala dos que questionam a literatura de Chico Buarque tendo em vista o aporte mercadológico sobre

sua figura – o mito do mecenas, como se por trás do sistema financeiro que sustenta os prêmios e as editoras estivesse um Bem maior em favor de uma *alta literatura*. Não é de se espantar, portanto, que na ocasião de qualquer lançamento, independentemente de seu *valor literário*, uma obra de Chico Buarque seja candidata aos principais prêmios em língua portuguesa – em especial porque prêmios como o Jabuti têm em sua organização (e até mesmo nas fases de seleção) representantes do setor editorial (editores, livreiros, distribuidores etc.). Quanto ao valor literário atribuído nesse meio, Evando Nascimento afirma: “não creio que o mercado tenha um conceito de literatura. a estratégia mercantil está em não definir nada com precisão, porque ela lida com valores financeiros e tem pressa de vender, embora, claro, se interesse sim por um tipo de legitimação que a consolide” (NASCIMENTO, 2008, p. 327). As legitimações, porém, não se restringem à aprovação da crítica especializada: podem ser associadas a prêmios (como no caso, em português, do Jabuti e do Portugal Telecom, denominado Oceanos a partir de 2014), à informação de vendas exorbitantes (em geral, com números estampados na capa da obra), à recomendação de leitores-modelo (críticos, celebridades, professores etc.) ou da grande mídia etc.

Adentrando a narrativa, em *Leite derramado*, Eulálio Montenegro d’Assumpção é membro de uma tradicional linhagem brasileira, acostumada a ocupar os mais altos patamares sociais, e conta, no leito de um hospital, a supostos ouvintes (sua filha, enfermeiras, outros enfermos), sua história e, conseqüentemente, a história da ruína de seu sobrenome na passagem do século XIX ao século XXI. A narrativa é lacunar, entrecortada, contraditória e imprecisa, a partir da fala por vezes delirante de um idoso de 100 anos, como que numa luta corporal (porque fisiológica) com a própria memória. Tudo que se conta, pois, é marcado num *a priori* pela incerteza e pela impossibilidade de uma perfeita reprodução do vivido. O narrador, por outro lado, tenta nos mostrar o contrário, afirmando que “A memória é deveras um pandemônio, mas está tudo lá dentro, depois de fuçar um pouco o dono é capaz de encontrar as coisas todas” (BUARQUE, 2009, p. 41). Apesar da crença na fidelidade de suas lembranças, Eulálio ainda constata que “lembrança de velho não é confiável”<sup>127</sup> (BUARQUE, 2009, p. 38).

---

<sup>127</sup> Se com frequência alguns críticos aproximam *Leite derramado* de *Dom Casmurro* por diversos motivos (apontamentos de semelhanças entre Matilde e Capitu, Eulálio e Bentinho, relações de ciúmes e supostas traições, por exemplo), há também que se destacar as lacunas deixadas pela memória (como narrado por Bentinho, por exemplo, no capítulo LIX, “Convivas de boa memória”), acompanhadas, ao mesmo tempo, de lembranças minuciosas de tempos remotos.

O mito da memória, portanto, é a ilusão da perfeita recordação de um evento passado. Sua impossibilidade existe desde seu registro, uma vez que sua consolidação se faz em terceira mão (após o evento, há a captação sensorial e, em seguida, seu registro físico-químico cerebral nas sinapses entre os neurônios), jamais estando livre de interferências e deteriorações. Reconstruído de algum modo (verbal, imagético, sonoro), o evento inicial captado pela memória torna-se ainda mais distante e irrecuperável – consequentemente, ao ser recebido por outra pessoa, o distanciamento aumenta, na medida em que novos filtros vão sendo acrescentados (nova recepção sensorial, novo registro mnemônico etc.). Do fato empírico observado por alguém até o outro que recebe a história, o processo deteriora-se a cada etapa.

Se Eulálio, etimologicamente, é aquele “que fala bem, eloquente” (GUÉRIOS, 1981, p. 113), o narrador demonstra o oposto (no sentido em que *falar bem* se caracteriza, por exemplo, como clareza, coerência e objetividade). Sua história compõe um jogo cujas peças não se encaixam, formada por pedaços disformes de experiências vividas e laivos de memória: “[...] só que neste momento minha cabeça fraquejou, não sei mais de que banho estou falando. São tantas as minhas lembranças, e lembranças de lembranças de lembranças, que já não sei em qual camada de memória eu estava agora” (BUARQUE, 2009, p. 138-139).

Além da memória, outro traço mítico pode ser observado na narrativa. Eulálio é apenas um dos elos de uma cadeia genealógica que remonta ao século XV, quando “em mil quatrocentos e lá vai fumaça há registro de um doutor Eulálio Ximenez d’Assumpção, alquimista e médico particular de dom Manuel I” (BUARQUE, 2009, p. 184). Daí, suas origens continuam com “dom Eulálio, próspero comerciante da cidade de Porto” (p. 103) e seu filho, general Assumpção, que esteve “em campanha ao lado dos castelhanos contra a França de Robespierre” (p. 103). Seu trisavô, Eulálio Penalva d’Assumpção, desembarcado no Brasil com a corte portuguesa, foi “confidente de dona Maria Louca”, enquanto seu bisavô, “barão dos Arcos” (p. 50) por Pedro I (p. 78), era comerciante de escravos. O avô fora “comensal de dom Pedro II” e “trocou correspondência com a rainha Vitória (p. 51); já seu pai, Eulálio Ribas d’Assumpção, senador republicano, “íntimo de presidentes” (p. 52), intermediava o comércio de café na Europa. Para além da relação histórica da família com o poder, há uma espécie de *identidade Eulálio d’Assumpção* que se passa de geração em geração: “O Eulálio do meu tetravô português, passando por trisavô, bisavô, avô e pai, para mim era menos um nome do que um eco” (BUARQUE, 2009, p. 31).

Até a geração do narrador, há um suposto trânsito de identidade de pai para filho, garantida por meio da permanência de nome e sobrenome e da posse de um chicote transgeracional. Tal objeto fora adquirido pelo tetravô, que o comprara “em Florença com o intuito de fustigar jesuítas” (BUARQUE, 2009, p. 103), passando-o hereditariamente até o pai do centenário protagonista. Não há, entretanto, nova transmissão do chicote como herança, tornando-se relíquia de família, perdendo a função de instrumento de castigo e submissão, o que de certa forma se torna um ponto convergente com o legado de Eulálio. Se podemos arriscar, o chicote é um símbolo de poder e subordinação, característico de seus ancestrais, mas que não se efetiva na vida do narrador. Por suas origens, Eulálio aguardava, com a morte do pai, a influência entre as classes mais altas, principal herança de seu nome: “Já eu sabia que as portas estavam apenas encostadas, meu pai passara por elas outras vezes. [...] Mas eu não tinha dúvida de que, para mim, a porta certa se abriria sozinha” (BUARQUE, 2009, p. 43); “Só saía para o trabalho, que a princípio não me exigia grandes quês. Bastava-me pôr uma das gravatas inglesas do meu pai e andar por onde ele andava, como queria mamãe, até que algum dia acertasse meu próprio passo” (BUARQUE, 2009, p. 62). O almejado *status* de sua estirpe foi se dissipando, e Eulálio não deu manutenção ao estatuto de sua família, sem conseguir sucesso com o trabalho, chegando a viver de rendas da sua mãe.

Um dos traços de herança é o desejo sexual: “Quem sabe se, inadvertidamente, eu não teria me apossado da volúpia do meu pai, assim como da noite para o dia herdara gravatas, charutos, negócios, bens imóveis e uma possível carreira na política” (BUARQUE, 2009, p. 32). Após as exéquias do pai, excitado pela troca de olhares com Matilde, Eulálio vê em seu corpo a força e a insaciedade de seu progenitor, chegando a ter “a sensação de possuir um desejo potencial equivalente ao dele, por todas as fêmeas do mundo, porém concentrado numa só mulher” (BUARQUE, 2009, p. 33). Em outra situação, o poder falocêntrico espoliado se mostra mais uma vez: “E tive a sensação absurda de que, na minha mão, estava o pau duro do meu pai [...]” (BUARQUE, 2009, p. 139).

Eulálio, porém, não logra a subordinação de sua esposa, Matilde, que se faz impalpável em toda a narrativa, não apenas por sua habilidade em se desvencilhar da abordagem corpórea-sexual de Eulálio, deixando-o “colado nos ladrilhos da parede” (BUARQUE, 2009, p. 46), mas também por seu comportamento, contrário ao que desejava o marido, recusando etiquetas e formalidades excessivas de um lar engendrado no século XIX. Além disso, Eulálio não consegue submetê-la à prova de uma traição

(como Bento Santiago a Capitu), chegando a invadir e expor outra mulher na tentativa de flagrá-la num relacionamento extraconjugal. Mesmo a morte de Matilde é nebulosa, a partir do que nos diz Eulálio, permeada pelo discurso errante, pelas falsas histórias contadas à sua filha e pelas formas de solapar, via linguagem, que era mulata<sup>128</sup>.

O apagamento da identidade de Matilde chega ao ponto de não ser localizada em uma fotografia de sua turma de colégio. Seu suposto pai, ao ser interpelado por Eulálio, afirma: “Ah, sim, Matilde, uma escurinha que criamos como se fosse da família” (BUARQUE, 2009, p. 192). De modo semelhante, também o rosto de Matilde é obnubilado: “A própria fisionomia de Matilde, um dia percebi que eu começava a esquecer-la, e era como se ela me largasse novamente. Era uma agonia, mais eu a puxava pela memória, mais sua imagem se desfiava. Restavam dela umas cores, um ou outro lampejo, uma lembrança fluida [...]” (BUARQUE, 2009, p. 136).

A ausência de identidade de Matilde talvez seja suplantada pela materialidade de seus vestidos: “Dispo Matilde com os olhos, mas ao invés de vê-la nua, vejo o vestido sem o corpo dela” (BUARQUE, 2009, p. 86-87). Ao longo de todo o romance, sobressai a existência de Matilde por meio de suas vestimentas, mesmo após seu desaparecimento. Destaca-se no enredo seu vestido cor de laranja, como quando se vestiu para a recepção do navio em que vinha o engenheiro francês Jean-Jacques Dubosc (BUARQUE, 2009, p. 11), para a qual foi proibida de ir por Eulálio; também é dessa cor o que usa na festa em que se encontram os três – Eulálio, Matilde e Dubosc (BUARQUE, 2009, p. 64); para a recepção na embaixada, o vestido cor de laranja havia sido separado (BUARQUE, 2009, p. 45), caso ela comparecesse ao evento; ainda, é vendo o vestido cor de laranja jogado sobre uma cadeira que o narrador tenta flagrar sua mulher em traição.

Depois de desaparecer, com sua identidade suprimida, só restaram de Matilde os vestidos, talvez o único espólio de fato mantido por Eulálio. Sozinho, solicitou que prostitutas os usassem, mas constatou que “em geral se revelavam um embuste, pareciam umas ladras” (BUARQUE, 2009, p. 94). Eulálio mantém guardados em um armário os vestidos, como uma maneira de fazer perdurar sua existência, levando-os a cada mudança de habitação. Se a identidade de Matilde é inatingível, como a do cavaleiro inexistente,

---

<sup>128</sup> Eulálio, ao longo de *Leite derramado*, jamais assume ter se casado com uma mulata, o que representaria um estigma para sua família de origens escravocratas: “Mas ora, ora, papai, disse Maria Eulália, está na cara que esse aí puxou à minha mãe mulata. Não sei quem abastecia minha filha com tantas maledicências, Matilde tinha a pele quase castanha, mas nunca foi mulata. Teria quando muito uma ascendência mourisca, por via de seus ancestrais ibéricos, talvez algum longínquo sangue indígena” (BUARQUE, 2009, p. 149).

Agilulfo, de Italo Calvino, resta a Eulálio a materialidade dos tecidos, que aparentam ser a única forma palpável de Matilde, como o *peignoir* da irmã do protagonista de *Estorvo*.

Semelhantemente, o pai de Eulálio tem sua identidade compartilhada por meio de suas vestimentas: num primeiro caso, Auguste, o chofer francês, assume, por conta dos distúrbios da mãe de Eulálio, o papel do patriarca, sendo chamado de *Eulalie*: “Quando Auguste morreu na cama dela, usando um pijama com o monograma do meu pai, mamãe enviuvou de novo, de um luto mais profundo que o primeiro” (BUARQUE, 2009, p. 81). Depois, já com a imagem de Matilde se deteriorando em sua memória, “vivendo em habitação de um só compartimento, num endereço de gente desclassificada, na rua mais barulhenta da cidade-dormitório, mesmo vivendo nas condições de um hindu sem casta” (BUARQUE, 2009, p. 137), Eulálio insistia em usar os pijamas sedosos com o mesmo monograma. Nessa situação, num delírio durante o banho, Eulálio sentiu mais uma vez a posse do falo paterno (BUARQUE, 2009, p. 139).

Como notamos nos romances anteriores, a incompletude da identidade é percebida até mesmo em uma fotografia, supostamente destinada a *captar o real*. Examinando uma imagem na qual se encontra uma multidão, de costas para o espectador, a observar um navio, o narrador é o único sujeito de frente para o fotógrafo. No entanto, com uma lupa, a imagem revela uma falta:

Num exame minucioso, pode-se notar na foto um único rosto, de um único homem voltado para a objetiva, e lhe asseguro que esse homem de terno preto e chapéu-coco sou eu. Nem adianta arrumar uma lupa mais potente, porque ampliada demais a fisionomia se deforma, não se vê boca nem nariz nem olhos, será como uma máscara de borracha com um bigode escuro. E ainda que a imagem resultasse nítida, os traços apurados do meu semelhante, aos vinte e dois anos incompletos, talvez lhe parecessem menos verossímeis que uma máscara de borracha (BUARQUE, 2009, p. 24-25).

Como acompanhamos nas análises anteriores, a completude não é possível em nenhuma situação, ainda que numa imagem fotográfica, que se aproxima mais de uma distorção do que de uma perfeita representação. Como resultado, obtém-se um rosto incompleto ou, no máximo, transformado na artificialidade de uma máscara de borracha.

Da geração do narrador em diante a suposta transmissão identitária dos Assumpção parece enfraquecer. Ao contrário do que esperava a família, da qual todos os herdeiros eram homens, sua prole foi uma menina, chamada Maria Eulália, que também não conseguiu se manter em extratos sociais mais altos, apesar de sua união com Amerigo Palumba, imigrante italiano que usufruía das finanças da família Assumpção e depois sumira. Por outro lado, a identidade de Matilde também resvalara em Maria



Eulália. Logo do seu desaparecimento, Eulálio notou que a mãe deixava de ser vista no rosto da filha, restando como espólio apenas vestidos e brincos, guardados pelo narrador: “cada dia você perdia mais um traço da mãe, e nesse passo já perdera todo o desenho original da boca, fora o negro dos olhos e a tez acastanhada. Era como se, na calada da noite, Matilde passasse para buscar suas coisas no rosto da filha, em vez dos vestidos no armário ou dos brincos na gaveta” (BUARQUE, 2009, p. 94-95). Eulálio, então, questiona-se, ao encontrar Maria Eulália vestindo um *tailleur* alaranjado de sua mãe, se “ela não teria se atormentado, desde pequena” supondo que o pai quisesse ver nela “uma réplica de Matilde” (BUARQUE, 2009, p. 125). Sua relação com a mãe, que conhecia apenas de histórias sobre sua morte, mudara após Eulálio levá-la à sepultura de Matilde Vidal d’Assumpção: “E não sei por que não a esclareci antes, era visível como daí para a frente minha filha se tornou uma mulher mais arejada. Teve um parto sereno, durante um ano aleitou o Eulalinho, lembrava Matilde em seu desvelo maternal” (BUARQUE, 2009, p. 123). A mudança pode ser associada à *carnalidade*, conferida ainda que por uma lápide, de Matilde, que só se dava a conhecer por vestidos e falsas histórias.

De Maria Eulália e Amerigo Palumba nasceu Eulálio d’Assumpção Palumba, que trocou de nome para Pablo e desapareceu, vivendo na ilegalidade como resistência durante o regime ditatorial brasileiro. Na prisão, uma comparsa deu à luz seu filho, Eulálio d’Assumpção Palumba Júnior, bisneto do centenário Eulálio. Apesar de criado como filho pelo protagonista (BUARQUE, 2009, p. 127), o jovem não dá sequência às heranças da família: “Inscrevi-o numa escola pública, onde ele iria conviver com gente de outro estrato social, mas fiz questão de que não perdesse de vista suas raízes. Mostrava-lhe as fotos na escrivania, seu trisavô com os reis da Bélgica, seu tetravô andando de costas em Londres, mas ele não queria saber de velharias” (BUARQUE, 2009, p. 149). O narrador, todavia, tenta ver no herdeiro o poder falocêntrico da família: “E me arrepiei porque, de relance, num mero meneio de cabeça ele encarnou meu pai. Olhava as mulheres tal e qual meu pai, não de modo dissimulado, nem lascivo, muito menos suplicante, mas com solicitude, como quem atende a um chamado” (BUARQUE, 2009, p. 150). Rodeado por amantes, Palumba Júnior, considerado pelo narrador um *estranho familiar*<sup>129</sup> pela distância geracional, foi encontrado morto em um motel, o que finalmente leva Eulálio a assumir o fim de sua linhagem: “Os coveiros estavam de má vontade, e

---

<sup>129</sup> “Para mim, o advento da criança era sem dúvida notícia alvissareira, se bem que um bisneto sempre vai nos parecer um ser familiar e ao mesmo tempo tão estranho, como o rio da nossa cidade léguas adiante” (BUARQUE, 2009, p. 145).

quando o caixão bateu com peso no fundo da tumba, o baque abafado me soou como o fim da linha dos Assumpção. Para mim já estava bom, bastava” (BUARQUE, 2009, p. 153). As feições de um Assumpção, como constata Eulálio, tornavam-se “como as de uma espécie extinta” (BUARQUE, 2009, p. 194).

Na genealogia contada por Eulálio, o narrador representa o ponto de corte de uma transmissão de influência e poder via laços familiares, representada pela *assunção* da identidade de antepassados. Na passagem de nome, sobrenome e objetos pessoais, o filho perpetuar-se-ia na classe dominante. É por interesses de poder que se sustenta o *mito da identidade hereditária*, que deveria ser repassada de geração a geração como forma de manutenção do domínio. A transferência, porém, não se completa em *Leite derramado*, reflexo tanto das ações do narrador quanto das agitações políticas do século XIX ao XXI. Sendo o mito uma ilusão intencionada (na perspectiva de Barthes), em geral atendendo aos interesses das classes dominantes, a identidade se torna um veículo de continuidade do poder nas mesmas mãos, o que faz com que se acredite ser possível *passar o bastão* identitário, *tornando-se* como que uma única pessoa multiplicada em várias, que persistem em viver por gerações.

#### 4.3 O IRMÃO ALEMÃO E O PROJETO GRÁFICO DOS ROMANCES

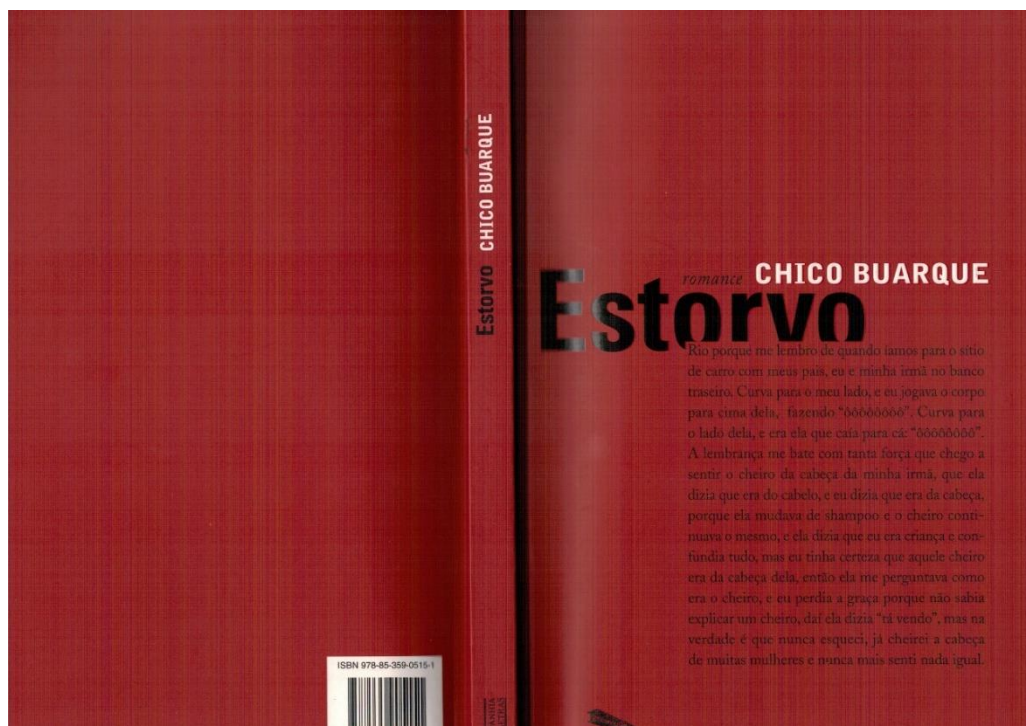
No romance de 2014, *O irmão alemão*, Chico Buarque dá sequência a uma prática iniciada em *Budapeste* e *Leite derramado* e mais uma vez lança mão de um recurso amplamente utilizado no Brasil pelo menos na última década, a autorreferência no texto narrativo, e produz um texto no qual dados biográficos se consubstanciam junto à criação ficcional, sob a pele de um Francisco de Hollander (e de seu pai, Sergio de Hollander), o que resulta numa trama que não se reduz a buscas do que é verdadeiro e do que é falso. A prática já não é uma novidade há décadas, e tampouco foi Serge Doubrovsky, que reivindica a cunhagem do termo *autoficção*, seu inventor: o empréstimo de matéria da biografia para a criação literária já é uma modalidade antiga<sup>130</sup>, embora seu uso tenha sido exponencial na contemporaneidade, reflexo da hiperexposição do sujeito, que permanece frutificando nas mais diversas artes e nos mais diversos meios de comunicação.

---

<sup>130</sup> Vincent Colonna, em *Autofiction & autres mythomanies littéraires* (2014), por exemplo, identifica a prática da “fabulação de si” no século I d.C., com Luciano de Samósata.

Se o foco da análise de obras que põem em questão o sujeito (e o sujeito que escreve) tende a se concentrar na observação dos artifícios e dos jogos presentes na narrativa e nas performances do autor, aqui, o olhar será lançado para os trabalhos gráficos dos romances de Chico Buarque, aspectos que nem sempre recebem atenção amiúde dos críticos, na tentativa de observar como eles contribuem para o reforço do mito do autor. Cronologicamente, o novo projeto gráfico se iniciou com *Budapeste*, em 2003, e se replicou nos demais romances, incluindo a reedição, em 2004, dos dois anteriores (*Estorvo* e *Benjamim*). Para melhor examinarmos como se alterou a forma de pensar o projeto dos romances de Chico Buarque, voltemos, em primeiro lugar, a *Estorvo* e *Benjamim*, buscando o diálogo com as edições anteriores.





A obra possui duas edições, com projetos gráficos que em quase tudo se distinguem, embora ambas pertençam à editora Companhia das Letras, reconhecida pelo público pela alta qualidade tanto na escolha de materiais quanto no *design* de capas e miolos de obras literárias. Embora não seja um aspecto com o qual se ocupa a maior parte das editoras que publicam literatura, a Companhia das Letras (como também fazia a casa Cosac Naify) preza pelo projeto gráfico *motivado* pelo conteúdo, de maneira que não apenas as imagens da capa, mas todos os elementos visuais do livro dialoguem com o texto.

Com o olhar na primeira edição de *Estorvo*, de 1991, de cujo trabalho gráfico apenas somos informados sobre o responsável pela capa, Hélio de Almeida (a composição da obra é atribuída à Helvética Editorial), o primeiro aspecto imediatamente notado é a presença de uma jaqueta plástica que cobre todo o livro, contendo um borrão que atravessa a capa longitudinalmente e se assemelha a um traço de pincel chato, como que da esquerda para a direita, dissipando a tinta. A imagem da jaqueta se sobrepõe à palavra *estorvo* do título, como que a *estorvá-la*. O formato escolhido pela editora para o livro foi o 13 x 21 cm (de largura pouco mais estreita que o papel A5, de acordo com o padrão internacional ISO 216), mais utilizado na década de 1990, tendo sido preterido, posteriormente, dando lugar ao 14 x 21 cm<sup>131</sup>. A lombada segue o padrão de todas as obras da editora e aplica o modelo europeu. Tal escolha editorial se equaciona com a ideia

<sup>131</sup> Com pequenas variações, a depender do corte de cada gráfica.

que a própria casa faz de seus livros, uma vez que a opção conhecida como lombada americana, amplamente utilizada no Brasil, tende a ser preferida para a disposição de livros empilhados, característicos de vendas em ilhas nas livrarias, onde se encontram os itens mais vendidos. A lombada europeia, por sua vez, oferece maior conforto para a consulta na estante. Penso, portanto, que a opção da Companhia das Letras de aplicar a todas as suas obras a lombada europeia se configura mesmo como um gesto na contramão das empresas que almejam, a todo custo, números mais altos de vendas, evitando o apelo entre as pilhas de livros.

Com relação ao papel, apenas somos informados, no colofão, de que a impressão se realizou em *off-set*, sem maiores especificações, acrescentando-se a informação da tipografia utilizada, Garamond Light. Na orelha direita há uma foto do autor, seguida de uma minibiografia, que diz: “Francisco Buarque de Hollanda nasceu no Rio de Janeiro, em 1944. Cantor e compositor, publicou as peças *Roda viva* (1968), *Calabar* (1973), *Gota d’água* (1975) e *Ópera do malandro* (1979), e a novela *Fazenda modelo* (1974). *Estorvo* é seu primeiro romance” (BUARQUE, 1991). Nesse texto, é curioso que se tenha optado por manter o *nome civil* de Chico Buarque em vez do *nome artístico*, com o qual se assina a capa. Já na quarta capa há um pequeno texto, sem autoria indicada, que não dá informações claras ao leitor que desconhece a obra, não parecendo auxiliar àqueles que buscam detalhes iniciais da narrativa para decidir se nela embarcarão:

A campainha insiste, o olho mágico altera o rosto atrás da porta e o narrador inicia uma trajetória obsessiva, onde se depara com situações e personagens estranhamente familiares.

Narrado em primeira pessoa, *Estorvo* se mantém constantemente no limite entre o sonho e a vigília, projeções de um desespero subjetivo e crônica do cotidiano. E o olho mágico que filtra o rosto do visitante misterioso talvez seja a melhor metáfora da visão deformada com que o narrador, e o leitor com ele, seguirá sua odisséia (BUARQUE, 1991).

A segunda edição, por sua vez, publicada em 2004, traz um novo projeto gráfico, com assinatura de Raul Loureiro, premiado *designer* brasileiro, que dará o novo tom à coleção dos romances de Chico Buarque. O *designer* tem trabalhado nas principais editoras de literatura do país, como a Companhia das Letras e a Cosac Naify, da qual foi diretor de arte. Desde 2014, tem cuidado do *design* e da comunicação da nova fase do Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP). Suas capas e projetos gráficos são reconhecidos pela estreita relação entre *design* e texto, algo não tão comum na área. De acordo com Loureiro, “O texto tem que se encaixar no desenho, fazer parte dele, e não ser eliminado; às vezes, acho que ele ajuda muito, dá um balanço na imagem”

(LOUREIRO, 2016). As escolhas gráficas, portanto, são feitas com base no que o texto motiva: “O grande desafio é juntar os dois: escolher os cortes das fotos, o lugar para o texto, a fonte, tudo isso exige decisões, é gostoso de fazer” (LOUREIRO, 2016).

As mudanças da primeira edição de *Estorvo* para a segunda foram radicais. A jaqueta deixou de acompanhar o livro e o formato foi expandido, passando para 16 x 22,4 cm. A quarta capa agora contém apenas o código de barras com o número do ISBN, mas a lombada permanece no modelo europeu. O papel escolhido é o Pólen Bold, que indica uma decisão editorial importante sobre o conjunto dos romances de Chico Buarque. Trata-se de um papel *off-white*, que, diferentemente do *off-set*, apresenta uma tonalidade marfim claro, oferecendo maior conforto para os olhos durante a leitura<sup>132</sup>. Nos projetos em que se opta por *off-white*, em especial em livros de literatura, a escolha majoritária recai sobre o produto Pólen Soft. Ambos são produzidos pela mesma empresa, a Suzano Papel e Celulose, uma das grandes produtoras de papel do mundo, e, com esse nome, são marcas registradas<sup>133</sup>. O que os diferencia é a espessura<sup>134</sup>: o Bold é mais espesso que o Soft.

Quais são, então, as consequências da decisão por um ou outro papel? Se pensarmos no custo, é natural que o Pólen Soft seja financeiramente mais econômico que o Bold, tanto pelo seu uso em maior escala quanto pelo aumento na espessura e na opacidade. Disso percebemos que adotar o segundo tipo não se deve à redução de custos (nesse caso, para um menor custo, o *off-set* se torna mais viável). Já com relação à espessura, os ganhos são significativos. Em primeiro lugar, um papel mais encorpado dessa maneira pode garantir um aspecto de maior requinte e luxo à obra, o que poderia influenciar a nova escolha. Por outro lado, se considerarmos que a lombada sugere ao livro a *estante*, uma lombada mais larga pode atrair os olhos do leitor. Juntemos os dados: *Estorvo*, da primeira para a segunda edição, já teve um aumento em seu formato; além disso, a narrativa de Chico Buarque, que não é tão extensa (ocupando 141 páginas na primeira edição e 152 na segunda), tende a produzir um livro de dimensões reduzidas, como acontece na edição de 1991.

O aumento, então, é significativo, e a obra ganha maior robustez e presença como consequência da escolha pelo papel com maior espessura. Se compararmos, ainda, as

<sup>132</sup> Os papéis *off-white* tem sido uma das principais escolhas para livros de literatura em especial pelo conforto que promove aos olhos.

<sup>133</sup> Os papéis Pólen Bold e Soft só são produzidos pela Suzano, o que não quer dizer que outras empresas não possam fabricar papéis *off-white*. Há, no mercado, outras opções, como o Chambril Avena.

<sup>134</sup> Cabe ressaltar que espessura não é mesmo que gramatura. Esta é a relação entre massa (em gramas) por metro quadrado, enquanto a espessura diz respeito à distância entre as faces do papel.

tipografias, embora não tenhamos acesso à informação precisa, uma aproximação das duas obras revela um corpo maior, em Caslon, um pouco mais espessa e com maior contraste no papel, na segunda edição. Já as manchas gráficas tiveram pequena alteração: de 8,5 x 16,3 cm para 9,5 x 15,3 cm, o que significa dizer que a coluna se tornou um retângulo menos estreito, bem centralizado na página, com maior conforto na leitura, levando em conta ainda o considerável alargamento das margens na segunda edição. Com todas essas alterações, a obra cresce, tanto em formato quanto em lombada (passa de 0,9 cm para 1,3 cm), sem nenhuma alteração na narrativa. Como resultado, temos um livro de manuseio e leitura mais agradável, com uma ação sensorial distinta (o papel Pólen Bold é mais áspero e mais rígido que o Soft).

Não podemos, entretanto, supor que tais decisões editoriais visem apenas ao bem-estar do leitor. Há também um movimento que se pode considerar estratégico em termos mercadológicos, garantindo maior visibilidade em pontos de vendas, em especial se compararmos os cenários editoriais de 1991 e 2004. Nos mais de dez anos que separam ambas as edições, o mercado cresceu para todos os lados: há mais autores, mais editores e editoras, mais (e maiores) livrarias, mais *best-sellers* estrangeiros sendo traduzidos e publicados, mais leitores. A estante se tornou um imenso paredão de pé direito alto abarrotado de livros, com espaços cada vez mais concorridos e de grande disputa pela atenção do consumidor, o que faz com que as estratégias de *marketing* e novos meios de atrair o público se tornem preocupações inevitáveis para a sobrevivência da editora enquanto empresa.

A capa de *Estorvo* foi repaginada, cujo modelo também será visto em quase todos os romances de Chico Buarque. Com técnicas mais modernas, os livros passam a ter o nome do autor grafado em relevo seco e o título é impresso com verniz preto localizado, o que garante à obra tanto um acabamento mais refinado quanto um apelo visual (pelo brilho do verniz) e tátil (pelo destaque do relevo) para o leitor. Acrescentou-se ainda, de modo diferente da primeira edição, a palavra *romance*, em itálico e minúsculas. Outra característica da nova série editorial é o acréscimo de uma coluna, de 8,4 x 9,0 cm, na capa, contendo um pequeno trecho da obra. Se na segunda edição não há a jaqueta com o borrão de pincel sobre o título, agora é essa coluna que *estorva* a palavra *estorvo*, sobrepondo-se à parte inferior das letras *orvo*. O trecho citado refere-se a uma das lembranças do narrador em sua relação com a irmã, sendo obviamente uma escolha motivada pelo enredo, em especial se considerarmos que ambos os personagens serão centrais na trama:

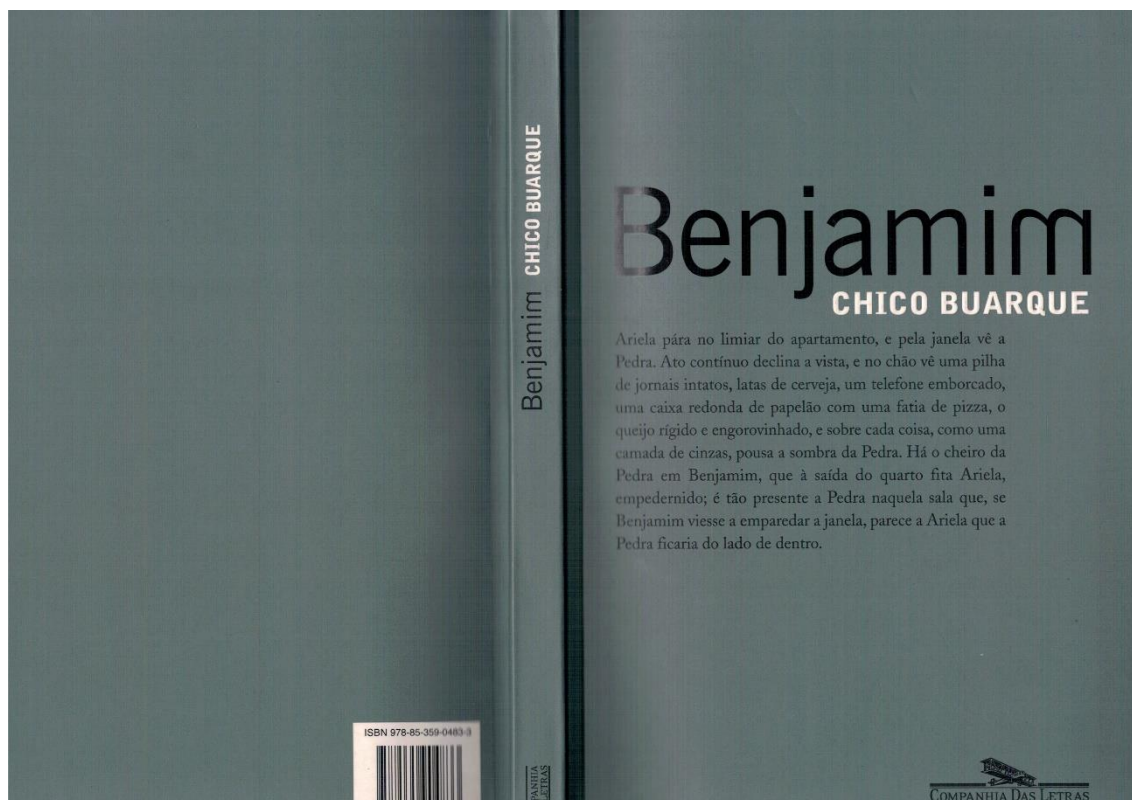
Rio porque me lembro de quando íamos para o sítio de carro com meus pais, eu e minha irmã no banco traseiro. Curva para o meu lado, e eu jogava o corpo para cima dela, fazendo “ôôôôôôôô”. Curva para o lado dela, e era ela que caía para cá: “ôôôôôôôô”. A lembrança me bate com tanta força que chego a sentir o cheiro da cabeça da minha irmã, que ela dizia que era do cabelo, e eu dizia que era da cabeça, porque ela mudava de shampoo e o cheiro continuava o mesmo, e ela dizia que eu era criança e confundia tudo, mas eu tinha certeza que aquele cheiro era da cabeça dela, então ela me perguntava como era o cheiro, e eu perdia a graça porque não sabia explicar um cheiro, daí ela dizia “tá vendo”, mas na verdade é que nunca esqueci, já cheirei a cabeça de muitas mulheres e nunca mais senti nada igual (BUARQUE, 2004b).

A cor da capa, por sua vez, impõe alguns enigmas. Seu tom de vermelho parece carregar um quê de sangue. O sangue, porém, não parece vivo, mas coagulado, como a remeter à cena de encerramento do romance, em que o protagonista tem seu peito perfurado por uma faca, criando em sua camisa uma mancha. A escolha para a capa, como parte de um projeto estético, como temos visto, cuidadosamente pensado, dá um passo além para dentro do romance, diferentemente do que ocorre com a primeira edição, com a capa em tonalidade predominantemente preta.

Outra significativa modificação na obra se deu nas orelhas. Além da remoção da foto de Chico Buarque sobre sua minibiografia, houve o acréscimo de comentários elogiosos sobre o romance, em nome de intelectuais como Benedito Nunes, para a *Folha de São Paulo*, Nicole Zand, para o *Le Monde des Livres* (França), José Cardoso Pires, para o *Jornal de Letras, Artes e Ideias* (Portugal), Irene Bignardi, para o *La Repubblica* (Itália), e Roberto Schwarz, para a *Veja*. Ora, no rol de críticos temos dois nomes brasileiros respeitados e três estrangeiros, o que naturalmente intenta demonstrar para o leitor que o romance foi recebido com um alto padrão de avaliação, que passa a servir, na ausência de informações na quarta capa, como incentivador ao consumo do livro.

Assim como *Estorvo*, *Benjamim* também teve duas edições distintas: a primeira, de 1995, já apresentada nesta tese, e a segunda, de 2004.





Em termos técnicos, a edição de 1995 é muito semelhante à primeira de *Estorvo*. Mantêm-se o formato, o papel e a tipografia. Há alteração, entretanto, no texto de apresentação, que deixa de pertencer à quarta capa e passa a compor a orelha, permanecendo não assinado, mas agora com caráter mais informativo sobre a própria narrativa, acrescentando também elogios que colocam a obra num patamar especial:

A morte de uma mulher está por trás da vida de Benjamim Zambraia. É a obsessão que o leva a associar tudo o que o cerca no presente a esse enigma do passado, a estabelecer todo o tipo de relações, a começar pelo instante em que encontra a jovem Ariela Masé, que em tudo lhe parece a outra.

Ex-modelo fotográfico, Benjamim duplicou-se desde a adolescência em câmera invisível para ver o mundo, e agora já não distingue mais o que vê fora de si do seu passado, de si mesmo. É esse filme perturbador que desfila sob a venda que encobre os olhos do protagonista diante de um pelotão de fuzilamento, no início deste romance surpreendente, levando a prosa às últimas consequências.

Raras vezes na literatura brasileira moderna houve tamanha identidade entre a forma narrativa e o mundo que descreve. O mundo opressivo e obsessivo desta história não surge do exterior, não vem de fora, mas é a própria criação de um estilo de narrar, é o resultado de uma prosa sem precedentes.

Deixando um fio de suspense, Benjamim passa de uma situação a outra, ao mesmo tempo esdrúxulas e enigmáticas, de um personagem a outro, carregados todos – quase trágicos, quase grotescos, quase reais – ao sabor de um destino que os confronta numa sucessão de coincidências impensáveis e vertiginosas. Uma realidade que vai se metamorfoseando incessantemente num espantoso caleidoscópio de pontos de vista para criar um dos romances mais originais da literatura brasileira recente (BUARQUE, 2004a).

A capa, tratei em outro capítulo, se estrutura a partir de pedaços de fotografias de André Schwarcz, pai do editor e fundador da Companhia das Letras, Luiz Schwarcz. Quem assina a arte é o mesmo *designer*, Hélio de Almeida, que parece articular de forma mais intensa o projeto com o conteúdo da narrativa, uma vez que o painel de fotografias que se forma tem relação direta com Benjamim Zambraia.

A segunda edição de *Benjamim* também guarda grandes semelhanças com a segunda de *Estorvo*, como o formato, a tipografia e o papel. A obra, portanto, também se torna mais encorpada que a predecessora (da lombada de 1 cm passa à de 1,3 cm), ainda que o número de páginas seja praticamente o mesmo (165 e 162, respectivamente). Entretanto, para além dos aspectos materiais, toda a identidade visual do novo projeto foi replicada, alterando-se, naturalmente, o título, o texto da coluna da capa, e a cor predominante da capa, que, em *Benjamim*, parece imitar a de uma pedra, um elemento nodal do texto, associada à Pedra do Elefante<sup>135</sup>. Por conta desse fato, o papel Pólen Bold adquire uma importância a mais, na medida em que garante uma experiência sensorial mais áspera que a de outros papéis, como a remeter à textura de uma pedra. Além disso, o texto da capa remete justamente à relação entre Benjamim e a Pedra que se desenvolve no romance:

Ariela pára no limiar do apartamento, e pela janela vê a Pedra. Ato contínuo declina a vista, e no chão vê uma pilha de jornais intatos, latas de cerveja, um telefone emborcado, uma caixa redonda de papelão com uma fatia de pizza, o queijo rígido e engorovinhado, e ser cada coisa, como uma camada de cinzas, pousa a sobra da Pedra. Há o cheiro da Pedra em Benjamim, que à saída do quarto fita Ariela, empedernido; é tão presente a Pedra naquela sala que, se Benjamim viesse a empregar a janela, parece a Ariela que a Pedra ficaria do lado de dentro (BUARQUE, 2004b).

Há ainda um detalhe importante na capa. No título, tratado com verniz localizado, a última letra *m* de Benjamim encontra-se espelhada, com sua haste esquerda passando para o lado direito, como num *ritornelo*. Lembremos que também há um retorno no fim do romance, em que Benjamim é fuzilado, que remete ao leitor à cena de abertura. O recurso visual, entretanto, embora esteja também na lombada, não é reproduzido no olho (falsa folha de rosto) e na folha de rosto, nos quais a letra *m* permanece inalterada.

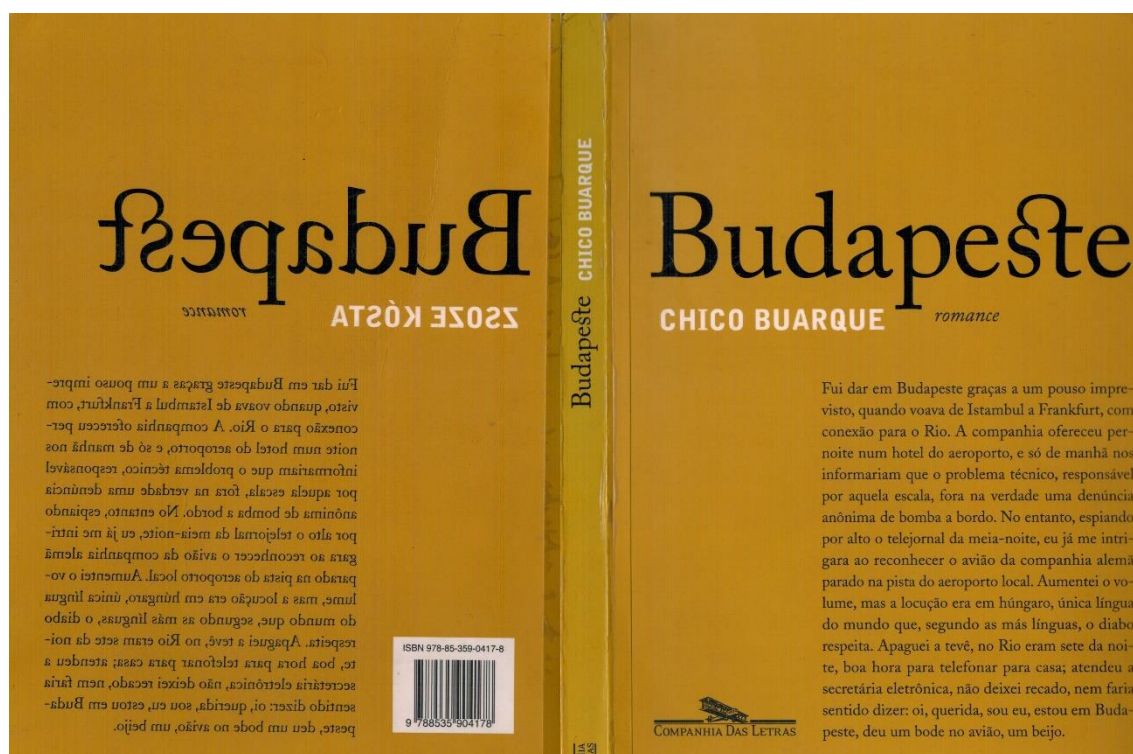
Nas partes internas, algumas alterações ocorrem. Retoma-se, no lado esquerdo, junto com a minibiografia (num uso incomum, visto que a tendência para os dados biográficos é ocupar a orelha direita), o texto da primeira edição, porém limitado aos três

---

<sup>135</sup> Cabe ressaltar que há nas cores da capa da primeira edição um tom claro de azul que, por aproximação, poderia ser relacionado também à Pedra.

parágrafos iniciais. Na orelha direita, mais cinco comentários sobre a obra, desta vez apenas de brasileiros: José Geraldo Couto, para a *Folha de São Paulo*, Nayse Lopez, para o *Jornal do Brasil*, Daniel Piza, para a *Gazeta Mercantil*, Silviano Santiago, em *Ficções*, e Mauro Dias, em *O Estado de São Paulo*.

Diferenciam-se, ainda, *Estorvo* e *Benjamim*, por este não conter a palavra *romance* na capa, só sendo localizada na última página, na ficha catalográfica. A decisão é enigmática, principalmente porque o termo também aparece na capa de *Budapeste*, terceiro romance de Chico Buarque, mas inaugurador do projeto gráfico da nova série. Ou seja, a série se iniciou com a palavra *romance* na capa, em *Budapeste*, manteve em *Estorvo*, mas a eliminou em *Benjamim*.



O projeto de *Budapeste* chama à atenção desde seus aspectos externos, com quarta capa espelhada, alterando título, Budapest, e autor, Zsoze Kósta. O diálogo com a narrativa é evidente: muito tem se falado sobre as implicações do jogo de autoria que a quarta capa reflete, ao lançar Kósta como uma espécie de *persona* de Chico Buarque, tornando-se coautor do romance. Todo traço visual em um livro, naturalmente, pode gerar significação para o seu conteúdo, na medida em que o processo de produção editorial passa por diversas decisões (autor, editor, *designer*, equipe de *marketing* etc.) que revelam determinadas *intenções* na obra. Em *Budapeste*, porém, o *design* da capa vai além e se

torna de fato parte da narrativa, colaborando nos processos significativos iniciados pelo autor, mas continuados pela editora.

A cor da capa, em tom mostarda, também tem ressonância em vários pontos da narrativa. Em primeira instância, a cor amarela (não especificada em uma tonalidade) é associada à cidade de Budapeste: “O Danúbio, pensei, era o Danúbio mas não era azul, era amarelo, a cidade toda era amarela, os telhados, o asfalto, os parques, engraçado isso, uma cidade amarela, eu pensava que Budapeste fosse cinzenta, mas Budapeste era amarela” (BUARQUE, 2003, p. 11). A impressão do narrador, porém, se reverte com o avançar da história: “Nascia um dia nebuloso e a cidade era cinzenta; engraçado que eu imaginava Budapeste amarela, mas era toda cinzenta, os edifícios, os parques, até o Danúbio que a cortava em forma de ípsilon, bifurcando-se no alto (BUARQUE, 2003, p. 51). Cor de mostarda também é a capa de *O Ginógrafo*, o livro de Kaspar Krabbe (BUARQUE, 2003, p. 79). Em sua última passagem pelo Brasil, José Costa vê o livro cor de mostarda na vitrine de uma livraria, porém, “talvez o reflexo do sol na vidraça falseasse as cores, pois os livros derivaram para um tom de ocre com letras verdes. Mais um pouco, e já era quase nítido o título *O Ginógrafo*, em letras góticas lilás nas capas do livro cor de canela” (BUARQUE, 2003, p. 159-160). O livro, no entanto, ao chegar na livraria, “era azul-marinho e se chamava *O Naufrágio*” (BUARQUE, 2003, p. 160). Tal ilusão do espectro de cores parece se condensar na capa do livro *Budapest*, de Zsoze Kósta, tida como “furta-cor” (BUARQUE, 2003, p. 167), “o que aponta”, de acordo com Andréia Delmaschio, “sua vocação cambiante e inaugura, ao mesmo tempo, uma rede vertiginosa de *simulacros de simulacros*” (DELMASCHIO, 2014, p. 151). Inserir o romance nessa rede de dobras de obras vai além do papel do autor, tornando-se também uma responsabilidade editorial, efetuada no trabalho do projeto gráfico. Não fosse o trabalho gráfico sobre a obra, parte significativa do jogo autoral do romance não se realizaria, o que põe em relevo a importância de um trabalho afinado entre o conteúdo e o setor de *design* da editora.

O trecho que consta na capa, por sua vez, é retirado de momentos iniciais da narrativa, como a nos lançar à história antes mesmo de abrímos o livro:

Fui dar em Budapeste graças a um pouso imprevisto, quando voava de Istambul a Frankfurt, com conexão para o rio. A companhia ofereceu pernoite num hotel do aeroporto, e só de manhã nos informariam que o problema técnico, responsável por aquela escala, fora na verdade uma denúncia anônima a bordo. No entanto, espiando por alto o telejornal da meia-noite, eu já me intrigara ao reconhecer o avião da companhia alemã parado na pista do aeroporto local. Aumentei o volume, mas a locução era em húngaro, única língua do mundo que o diabo respeita. Apaguei a tevê, no Rio eram sete da

noite, boa hora para telefonar para casa; atendeu a secretária eletrônica, não deixei recado, nem faria sentido dizer: oi, querida, sou eu, estou em Budapeste, deu um bode no avião, um beijo (BUARQUE, 2003).

Cabe ressaltar, ainda, que, quanto às orelhas, temos novamente a presença de elogios ao romance, todos de nomes de destaque, seja na produção literária, seja na crítica: José Miguel Wisnik e José Saramago, para a *Folha de São Paulo*, Caetano Veloso e Luis Fernando Veríssimo, para *O Globo*, Beatriz Resende, para o *Jornal do Brasil* e Nelson Ascher, para a *Folha de São Paulo*. Diferentemente, porém, das duas publicações seguintes (*Estorvo* e *Benjamim*, nas edições de 2014), não há na ficha técnica informações sobre a tipografia, mas concluo, por comparação, ser a mesma das demais (Caslon).

O quarto romance, *Leite derramado*, de 2009, à primeira vista, se diferencia dos três anteriores em alguns aspectos.



Se o projeto gráfico permanece nas mãos de Raul Loureiro, a capa agora é atribuída a warrakloureiro, bem como a diagramação. Esse nome foi amplamente utilizado nos últimos anos durante a parceria entre Loureiro e a designer Claudia Warrak. A dupla foi responsável também, por exemplo, pelo projeto gráfico do CD e do DVD *Carioca*, de Chico Buarque.



Embora a edição de cor laranja tenha predominado no mercado, há uma segunda capa, de cor branca. A de cor laranja remete o leitor do romance diretamente à principal cor dos vestidos de Matilde, que aparecem com certa frequência durante o enredo. Por outro lado, invertem-se as cores dos textos: o nome do autor é grafado em preto (mantendo o relevo seco), enquanto o título (também com verniz localizado) e a coluna tornam-se brancas, assim como a marca da editora (que se modifica das predecessoras). Naturalmente, suponho que a alteração se destine ao apelo da palavra *leite*, tanto pela presença no título quanto por sua função no enredo, a partir da interação de Matilde com Eulálio. O título, aliás, já revela parte do trabalho estratégico da produção gráfica, uma vez que as palavras LEITE DERRAMADO, com todas as letras maiúsculas, excedem as margens da capa, em sangria (termo para elementos que ultrapassam os limites da página), como que *derramadas*. O mesmo recurso é repetido no olho e na folha de rosto, relacionando-se à própria semântica da palavra *derramar* e, conseqüentemente, em relação à narrativa, com o destino da família Assumpção. De certa maneira, sobrepostas, também as palavras do título se derramam, fundindo as letras da primeira palavra às quatro primeiras (DERR) da segunda, restando desse encontro a palavra AMADO, forma nominal do verbo *amar* que carrega consigo o passado em forma de particípio. A lombada, a seu turno, também sangra e se derrama, distinguindo-se sobremaneira dos três primeiros romances. Com relação à coluna de texto da capa, o trecho citado é referente à abertura do romance, do qual já se infere o poder atrelado à família, bem como sua relação com Matilde. Novamente, somos lançados à narrativa antes da abertura efetiva do livro.

Quando eu sair daqui, vamos nos casar na fazenda da minha feliz infância, lá na raiz da serra. Você vai usar o vestido e o véu da minha mãe, e não falo assim por estar sentimental, não é por causa da morfina. Você vai dispor dos rendados, dos cristais, da baixela, das joias e do nome da minha família. Vai dar ordens aos criados, vai montar no cavalo da minha antiga mulher. E se na fazenda ainda não houver luz elétrica, providenciarei um gerador para você ver televisão. Vai ter também ar condicionado em todos os aposentos da sede, porque na baixada hoje em dia faz muito calor. Não sei se foi sempre assim, se meus antepassados suavam debaixo de tanta roupa. Minha mulher, sim, suave bastante, mas ela já era de uma nova geração e não tinha a austeridade da minha mãe. Minha mulher gostava de sol, voltava sempre afogueada das tardes no areal de Copacabana (BUARQUE, 2009).

Na outra opção de capa, de cor branca, a posição da coluna com o trecho do romance se modifica, bem como as cores dos textos (passam a ser pretos, com o nome do autor em laranja) e a disposição do título. Nesta composição, mantém-se como relação com a trama apenas a cor branca, como remissão ao leite, e a laranja, aos vestidos, perdendo o efeito de sangria.

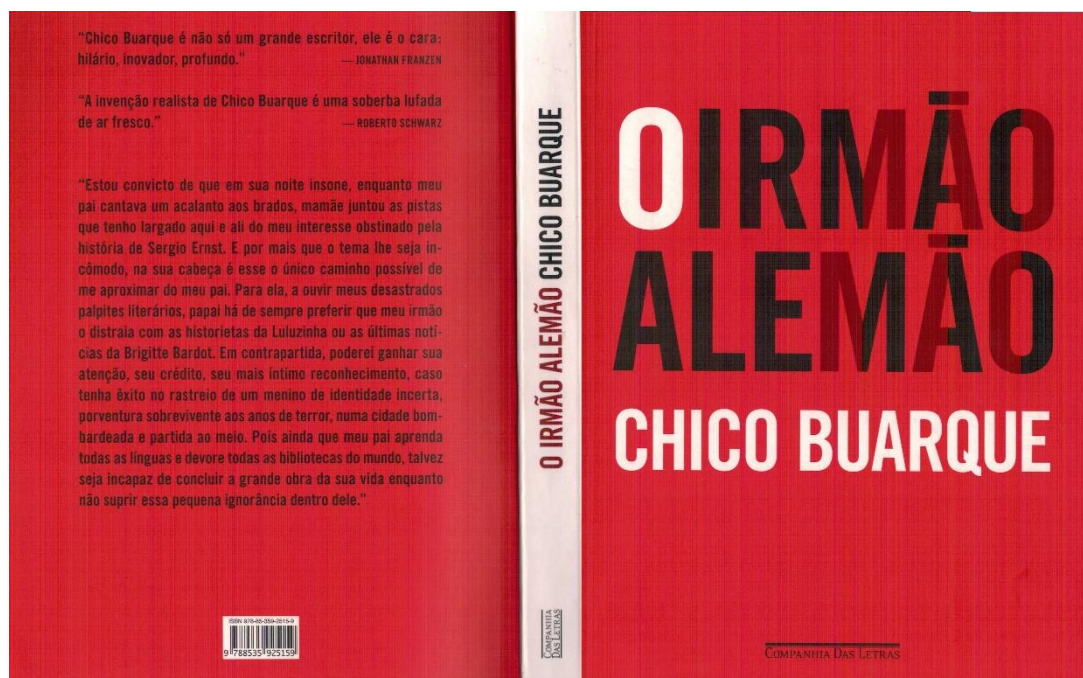
Também de modo distinto, nesta edição não há folha de guarda antes do olho, o que poderia significar que não haveria sobra de página na divisão dos cadernos. Todavia, com a sobra de uma página antes da ficha técnica (última página do livro), é possível concluir que a ausência da folha de guarda tenha sido por decisão editorial, não por falta de página no caderno. O estranhamento ocorre porque tal elemento composicional comparece em *Estorvo* e *Benjamim*. Em *Budapeste*, por exemplo, também não há a guarda, entretanto, como a última página da narrativa é seguida da última página do livro, com a ficha técnica, supõe-se ter sido impossibilitado o seu uso. Não é o caso de *Leite derramado*. Em outras palavras, isso significa dizer que o editor decidiu que, ao abrir o livro, o leitor encontraria na primeira página o olho, com o título em sangria (e sangrando pelas duas folhas seguintes), não uma página em branco, como é comum acontecer, por ser mais corriqueiro inserir a página em branco no início, como folha de guarda, e não no fim do livro.

Os já habituais trechos com elogios à obra, dispostos na orelha, não são inseridos em *Leite derramado*. Eu seus lugares, consta um comentário de Leyla Perrone-Moisés, que não deixa de unir esboço de resumo (“Um homem muito velho está num leito de hospital. Membro de uma tradicional família brasileira [...]”), análise crítica especializada (“Outra originalidade é sua estrutura narrativa. A ordem lógica e cronológica habitual do gênero é embaralhada, por se tratar de uma memória desfalecente, repetitiva mas contraditória, obsessiva mas esburacada”) e elogio como estratégia de *marketing* (“*Leite derramado* é obra de um escritor em plena posse de seu talento e de sua linguagem”).

Nota-se, ainda, a ausência do termo *romance*, salvo na ficha catalográfica, assim como em *Benjamim*, diferenciando-se, ambos, de *Estorvo* e *Budapeste*. Não há, a princípio, justificativa para tratamento diferenciado para dois dos romances de Chico Buarque. O que se pode supor é, sendo *Budapeste* a primeira publicação do novo projeto gráfico, *Estorvo* teria sido reeditado primeiro (de acordo com a ordem original de lançamentos, embora o número de ISBN desta – 978-85-359-0483-3 – seja anterior ao daquela – 978-85-359-0515-1), ainda que ambos tenham sido reeditados no mesmo ano (2004), e, a partir *Benjamim*, ter-se optado pela remoção. Porém, não há dados disponíveis que garantam a justificativa de tal procedimento (nem que *Estorvo* tenha sido reeditado antes de *Benjamim*, uma vez que ambos foram lançados no mesmo ano).

Ao chegarmos a *O irmão alemão*, a impressão que se pode ter é a de se tratar de um projeto completamente destoante dos quatro primeiros. Se *Estorvo*, *Benjamim*,

*Budapeste* e *Leite derramado* formam um conjunto gráfico coeso, o aspecto visual externo assume novas características.



Embora a capa mantenha o fundo monocromático, desta vez num vermelho mais vivo que o de *Estorvo*, *O irmão alemão* deixa de incluir a coluna de texto com trecho do romance. O nome do autor também perde o relevo seco, aumenta de tamanho (assumindo, comparativamente, corpo em tamanho semelhante aos títulos dos três primeiros romances), ganhando, desse modo, destaque. A lombada também adquire outro arranjo: como uma faixa branca entre a capa e a quarta capa, o nome da obra e o nome do autor ganham em visibilidade. O título, ainda maior que o de *Leite derramado*, é centralizado, com o verniz aplicado apenas em parte das letras, formando um jogo com as sílabas finais (-mão) das palavras *irmão* e *alemão*: em *irmão*, o verniz cobre a metade direita de cada uma das três letras, em *alemão*, a metade esquerda das mesmas. Em ambas as metades cobertas pelo verniz, a tonalidade deixa de ser preta e passa a ser um vermelho mais escuro, como cor de vinho, que o da capa, fazendo com que o efeito seja de embaçar, e não de destacar, para quem observa o livro de maneira frontal. Assim, parece dialogar tanto com o fato de Sergio Günther ser meio-irmão do narrador, quanto com a presença-ausência do outro irmão mais velho do narrador, Mimmo, que, por estar desaparecido, não se deixa apreender no enredo, mas comparece ao longo de toda a narrativa como falta. O artigo *o* do título, em cor branca, parece querer destacar a individualidade garantida



pela partícula definida. Assim, o romance se inicia com *o*, mas o que se alcança é o indefinido, “*um* irmão alemão quase inventado” (BUARQUE, 2014, p. 225, grifo meu).

As orelhas comportam outra novidade: além de um texto, do jornalista e editor Fernando de Barros e Silva, com aspecto de sinopse (distinguindo-se dos demais pela dicção menos técnica), que se encerra com uma frase de impacto (“[...] Chico Buarque escreveu provavelmente o romance da sua vida”), há um *retorno da foto do autor*, em dimensões que ocupam boa parte da orelha direita, prática que não se repetia desde a primeira edição de *Estorvo*, em 1991.

A quarta capa também guarda particulares inéditas nos projetos gráficos dos romances de Chico Buarque. Constam dois elogios (“Chico Buarque é não só um grande escritor, ele é o cara: hilário, inovador, profundo”, de Jonathan Franzer”, e “A invenção realista de Chico Buarque é uma soberba lufada de ar fresco”, de Roberto Schwarz) e um pequeno trecho da obra:

Estou convicto de que em sua noite insone, enquanto meu pai cantava um acalanto aos brados, mamãe juntou as pistas que tenho largado aqui e ali do meu interesse obstinado pela história de Sergio Ernst. E por mais que o tema lhe seja incômodo, na sua cabeça é esse o único caminho possível de me aproximar do meu pai. Para ela, a ouvir meus desastrosos palpites literários, papai há de sempre preferir que meu irmão o distraia com as historietas da Luluzinha ou as últimas notícias de Brigitte Bardot. Em contrapartida, poderei ganhar sua atenção, seu crédito, seu mais íntimo reconhecimento, caso tenha êxito no rastreio de um menino de identidade incerta, porventura sobrevivente aos anos de terror, numa cidade bombardeada e partida ao meio. Pois ainda que meu pai aprenda todas as línguas e devore todas as bibliotecas do mundo, talvez seja incapaz de concluir a grande obra da sua vida enquanto não suprir essa pequena ignorância dentro dele (BUARQUE, 2014).

Em primeiro lugar, os dois elogios, se observados com atenção, põem em destaque a figura de Chico Buarque, não a do romance. Outro aspecto que pode causar estranhamento são as características tipográficas da quarta capa. A escolha recaiu sobre um tipo sem serifas, que não é, em geral, a primeira opção para obras literárias, pois garante ao texto um aspecto mais despojado e moderno (consequentemente, menos clássico), bastante comum em textos de publicidade. Com corpo maior e mais espesso, o tom dado pela tipografia da quarta capa, em conjunto com os textos escolhidos, remete a características que são observadas com frequência entre os *best-sellers*, a despeito da tonalidade do texto, preta, que não oferece um contraste confortável sobre o fundo vermelho. A própria escolha de dispor tais textos na quarta capa, e não nas orelhas, diz algo sobre as decisões editoriais nesse romance. Ainda que em um julgamento particular, a quarta capa de *O irmão alemão*, por exemplo, sobrepõe o *marketing* à estética, tendo

como resultado um quadro não apenas visualmente destoante, mas também desconexo com a forma com que estavam sendo tratados graficamente os romances de Chico Buarque. O que quero dizer é que tal decisão vai além da arbitrariedade no *design*, mas toca na mitologia mercadológica.

O que podemos pensar, então, sobre tais profundas mudanças no projeto gráfico de *O irmão alemão*, se comparado com os demais romances de Chico Buarque? Parece-me que a maior parte das decisões da editora sobre a produção de *O irmão alemão* foram pautadas na busca de dar destaque e visibilidade a Chico Buarque, *como se fosse* sua própria autobiografia, e não – se se pode dizer – uma *(auto)ficção*. Se podemos arriscar, mais que nos outros romances, as estratégias de *marketing* para a obra centraram seu foco na força do nome do autor, talvez na tentativa de promover no público a impressão de dar *algo a mais* de Chico Buarque nessa obra. Tais ações de sublimação do autor culminaram, em 2015, com o lançamento do documentário *Chico – artista brasileiro*, do diretor Miguel Faria Jr., em que, entre depoimentos de celebridades e do próprio homenageado e reinterpretações de sua obra musical, salpicam-se citações e menções a *O irmão alemão*, como em promoção do romance.

Em evidência por conta de misturar sua biografia à ficção, a figura de Chico Buarque sobressai como autor-celebridade, e seu livro ganha tratamento de *best-seller*, distinguindo-se de uma série gráfica coesa de seus romances anteriores, em que o diálogo com o conteúdo e com as demais obras (por meio do projeto comum) parecia ser a tônica, para pôr em primeiro plano recursos de *marketing* já cristalizados pela indústria editorial. O projeto gráfico de *O irmão alemão*, portanto, reforça o *mito da autobiografia*, tornando o autor ainda mais evidente, na ilusão de revelar em suas páginas algo da sua vida. Se os projetos gráficos dos romances anteriores foram mais discretos com relação à figura do autor (como se nota pela baixa evidência do nome e da ausência de fotografias), *O irmão alemão* parece se esquivar de sua própria afirmação: sobre *Leite derramado*, Chico Buarque declarou que procura “evitar a confusão entre a figura pública e o livro”<sup>136</sup>. Essa mistura, efetivamente, nunca foi evitada – o mito do autor impede que a grife que o livro carrega seja olvida, ao contrário, confere-lhe um grande valor mercadológico. Isso quer dizer que mesmo em *Estorvo* e *Benjamim* a imagem do autor não se desvincula de sua obra. Contudo, ao entremear gradativamente a figura autoral à narrativa, como aconteceu

---

<sup>136</sup> Entrevista à revista portuguesa *Ípsilon*, em 17/07/2009, sobre *Leite derramado*. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 20 jul. 2016, 16h21.

em *Budapeste e Leite derramado*, em *O irmão alemão*, a confusão entre figura pública e livro se torna ainda mais intrincada, de modo a não permitir um descolamento.

Luiz Schwarcz, editor e fundador da Companhia das Letras, no *blog* da editora, comenta brevemente, em texto intitulado “O mundo assombrado pelos best-sellers — ou me perdoe a pressa, é a alma dos nossos negócios”, sobre a cena editorial: “[...] nunca a competitividade foi tão selvagem como nos dias de hoje e os valores comerciais tão preponderantes” (SCHWARCZ, 2016). Naturalmente, como forma de mercado, isso influencia não apenas nos modos de comercialização, mas também na produção de livros: “Com o crescimento desmesurado da disputa por novos títulos, todos perdem. Some o livro de permanência, sem espaço nos catálogos das editoras e nas vitrines das lojas, que por sua vez precisam do giro rápido para poderem sobreviver” (SCHWARCZ, 2016). O editor, entretanto, reage com um *mea culpa* que muito tem a ver com a possível mudança de estratégia para o romance de Chico Buarque:

Jogo jogado, como se diz, faço parte desse mundo, não me isento de responsabilidade e não tenho nada a reclamar dos valores comerciais que regem minha profissão. Creio que as técnicas mercadológicas ou empresariais são um dado do mundo em que vivemos, e não há como escapar delas, se quisermos sobreviver e até mesmo criar. Há brechas e incentivos que o próprio crescimento industrial traz, e para o bem. Mas quando a competição toma conta das relações de forma totalitária, apaga sentidos e tradições importantes, principalmente no que se refere a laços que envolvem pessoalidade e individualidade e são parte fundamental na produção de um livro. É uma pena. O que vivemos hoje é a contaminação majoritária, ou a disputa entre ambientes produtivos (ainda fundados em relações de intimidade familiar ou amorosa) e a vontade hegemônica de valores exclusivamente comerciais (SCHWARCZ, 2016).

As técnicas de *marketing* e publicidade, como vimos anteriormente, não são segredos do capitalismo. Pelo contrário, suas estratégias muitas vezes estão bem expostas, como no caso do mercado editorial, cujas artimanhas para elevar o número de vendas são há muito conhecidas. Revelar a artificialidade das estratégias, porém, não desfaz o mito, nem o torna mais inocente. Em *O irmão alemão*, o *marketing* atuou em diversas frentes, desde a exposição do autor no documentário até o novo *design* de seu projeto gráfico, que remete o leitor a uma estética predominante entre os livros mais vendidos. É o mito do autor, realizando-se em Chico Buarque, que dá o tom do romance – e ele, o autor, é o seu maior *marketing*.

Como ocorre com os personagens de seus romances anteriores, *O irmão alemão* só pode dar a ver um Chico Buarque deformado, como se o espiássemos pelo olho mágico de *Estorvo*, ou num conjunto de fotografias que não formam um único sujeito, tal qual

em *Benjamim*. Entretanto, o mercado almeja nos convencer de que ele, Chico Buarque, “é o cara”, como nas palavras de Johnathan Franzen, na quarta capa do romance, e nos leva, enfim, a consumi-lo. Ao que parece, portanto, não há um interesse, por parte do sistema que envolve a produção e a comercialização de um livro, de que haja uma efetiva separação entre autor e obra (como se desejou, em âmbito acadêmico, em meados do século XX). Pelo menos desde a segunda metade do século XIX, o autor tem atendido a uma demanda mercadológica, tanto com sua obra quanto com sua imagem. E a sua imagem, como vimos com Chico Buarque, tende a ser explorada de todas as formas que possam promover ainda mais vendas. A superexposição do sujeito que escreve também tem servido a esse fim, na medida em que atrai um público ávido (porque incentivado) pela vida alheia. O capitalismo não quer a morte do autor – ao contrário, deseja-se que sua imagem esteja viva (independentemente de sua condição carnal) enquanto o lucro for possível.

## 5 MAS CHICO TAMBÉM É UM NOME DE ESCRITOR RUIM

O mito, vimos ao longo desta tese, é uma categoria milenar no pensamento das mais diversas sociedades humanas. Desde a Antiguidade, passando pelas composições sociais primitivas, os temas mitológicos estiveram em relação com as noções de crença e de Verdade. Na Grécia Antiga, por exemplo, não podemos dizer que houve uma substituição clara do *mythos* pelo *logos*. Se contemporaneamente temos nossas próprias versões dos heróis gregos, de fato, os mitos não estão restritos ao passado: mantemos, para retomar a expressão de Mircea Eliade, alguns resquícios de comportamentos míticos.

Tampouco o aspecto religioso deixou de estar presente nos mitos contemporâneos. Uma das formas de sustentar o hiperconsumo capitalista se dá por meio da relação cultural com o objeto sacralizado pelo público, garantindo aos consumidores a sensação de pertencimento a um ritual (após uma “iniciação” no consumo). Sob os holofotes do *mass-media*, tais quais membros do Olimpo, as celebridades interpolam feitos sobre-humanos e ações prosaicas: atingem números estratosféricos de vendas e, depois, caminham despreocupadamente pela praia; participam de festas luxuosas e, depois, vão ao supermercado; são reconhecidos como alguns dos principais artistas brasileiros e, depois, compram baguetes para o lanche da tarde. No mito, tudo isso se torna *natureza*, fazendo parte da ordem natural do mundo. É na constatação desse processo de mitificação moderno que Barthes situa seu *Mitologias*, como foi mencionado no início deste trabalho:

O ponto de partida desta reflexão era, o mais das vezes, um sentimento de impaciência frente ao “natural” com que a imprensa, a arte, o senso comum, mascaram continuamente uma realidade que, pelo fato de ser aquela em que vivemos, não deixa de ser por isso perfeitamente histórica: resumindo, sofria por ver a todo momento confundidas, nos relatos da nossa atualidade, Natureza e História, e queria recuperar na exposição decorativa do-que-é-obvio, o abuso ideológico que, na minha opinião, nele se dissimula<sup>137</sup> (BARTHES, 2012, p. 11).

Dentro das mitologias modernas/contemporâneas, Barthes elenca o escritor como partícipe das estratégias burguesas de naturalização de construções artificiais. A fusão entre atitudes triviais e autores renomados, porém, não ocorre como desmitificação. Ao

<sup>137</sup> “Le départ de cette réflexion était le plus souvent un sentiment d’impatience devant le “naturel” dont la presse, l’art, le sens commun affublent sans cesse une réalité qui, pour être celle dans laquelle nous vivons, n’en est pas moins parfaitement historique: en un mot, je souffrais de voir à tout moment confondues dans le récit de notre actualité, Nature et Histoire, et je voulais ressaisir dans l’exposition décorative de ce-qui-va-de-soi, l’abus idéologique qui, à mon sens, s’y trouve caché” (BARTHES, 1970, p. 10).

contrário, isso faz com que o leitor se sinta em comunhão com o gênio, num gesto que, ao mesmo tempo, aproxima e distancia. Tais estratégias avançaram especialmente no século XX, com a expansão, por exemplo, da indústria do consumo e também da indústria cultural. Nesse sentido, o mercado editorial tem se esforçado para elevar as margens de vendas, em especial em um cenário de tamanha disputa por espaço e visibilidade nas prateleiras, como consequência do vultoso crescimento do número de publicações nas duas últimas décadas. Para a elevação das vendas, tem sido praxe do mercado editorial alçar seus autores ao *status* de celebridades, mitificando-os, com frequência, a partir de um interesse financeiro, no intuito de instigar os leitores a adquirir livros com base em ações de *marketing*. Observa-se, por outro lado, que os efeitos podem ser mais eficientes se à autoria do livro é atribuído algum nome amplamente reconhecido, já vinculado de alguma maneira à mídia – artistas, políticos, esportistas, *webcelebridades* etc. É como consequência dessa escolha que as livrarias têm suas ilhas repletas de rostos familiares, elevando-os, eventualmente, aos melhores patamares nos *rankings* de comercialização.

Como um dos compositores brasileiros mais celebrados pelo público e pela mídia, Chico Buarque carrega em seu nome um grande potencial de vendas. Seus romances conseguem alcançar ao menos três formas de sucesso árduas de amalgamar: prêmios importantes, altas tiragens e boa recepção da crítica especializada. Na literatura, Chico Buarque é um autor-celebridade. De obra em obra, a partir da década de 1990, o mito do autor Chico Buarque parece se fortalecer, num duplo movimento de, ao mesmo tempo, colocá-lo em mesmo nível do mito do artista/compositor (como num duplo) – reforçado pelo discurso de que nos últimos anos teria assumido de vez o papel de escritor – e posicioná-lo na agenda da literatura brasileira contemporânea. Seu nome, como *grife*, é mitificado, ainda que, para os padrões de *marketing*, “Chico” não seja um bom nome:

**Voltando ao título, “Leite Derramado”.**

Durante a escrita isso começou a atormentar-me um pouquinho. Apareceu a cena do leite derramado na pia, eu acho curioso isso de usar uma expressão batida - leite derramado, chorar sobre leite derramado -, mas o leite derramado, literalmente, está ali na pia. Quando escrevi aquela cena - eu falo cena como se fosse um filme - achei interessante utilizar esse título. Eu gostava e não gostava. É um título que parece um clichê, um pouco vulgar. Até hoje penso um pouquinho: “Parece título de livro ruim”! [risos]. Depois pensei: “Mas Chico também é um nome de escritor ruim” [mais risos].

**Ninguém lhe chama Francisco?**

Ninguém me chama Francisco. Quando foi publicado “Budapeste” em Espanha, o meu editor espanhol sugeriu que se usasse o meu nome Francisco. Lá, além do mais, Chico tem sentido de pequeno. Ninguém pode levar a sério um sujeito chamado Chico [risos]. Mas eu acho um pouquinho afectado usar o

outro nome para o escritor. Como se eu considerasse o escritor um sujeito mais sério que o compositor de músicas. Isso faço questão de não pensar, essa ideia bastante disseminada de que a literatura está acima, num patamar superior à música popular. Isso no Brasil acho que não faz nenhum sentido<sup>138</sup>.

Se “Chico” é um nome ruim, “Chico Buarque” carrega consigo um alto valor mercadológico. A mudança de nome para as obras literárias, para além do argumento de ser “um pouquinho afectado usar o outro nome para o escritor”, possivelmente promoveria uma adesão menor entre os leitores, perdendo parte do *status* que a *grife* carrega, assim como na opção pelo pseudônimo:

**No tempo da ditadura você teve um pseudônimo, o Julinho da Adelaide, para conseguir ultrapassar a censura. Nunca pensou escrever os livros sob pseudônimo, para ninguém saber que eram de Chico Buarque?**

Pensei. No “Estorvo” cheguei a pensar. Falo um pouco sobre isso no “Budapeste”. Seria insuportável depois permanecer anônimo. Haveria algum momento em que eu teria que dizer: ‘Sou eu! Sou eu!’ [gargalhadas]. Eu me trairia, entende? É uma coisa muito difícil de carregar. Seria doentio. Mas pensei. Cogitei.

O ato de eclipsar o nome de Chico Buarque provavelmente daria outros rumos aos seus romances (como visto, por exemplo, na recepção da obra de Robert Galbraith, quando revelado ser uma criação de J.K. Rowling). Na capa, porém, permanece o nome Chico Buarque, sem modificações que o apartem do mito anteriormente engendrado (o mito do prodígio, o mito do gênio compositor, o mito do herói nacional), ao qual passa a se associar o mito do autor. As obras de Chico Buarque reforçam o mito, apoiando-se na condição de celebridade da qual tanto o autor quanto os sistemas mercadológico e midiático não abdicam. Pelo contrário, a imagem do gênio tímido e belo é cada vez mais evidenciada, explorada ao máximo pela indústria cultural.

Se em 1991 e 1995 suas obras causaram impacto na cena literária – mas com resistência a incluí-lo no rol dos principais autores da década –, a partir dos anos 2000, primeiramente com *Budapeste*, mas depois com *Leite derramado* e *O irmão alemão*, Chico Buarque passou a fazer parte de um grupo de destaque entre os escritores nacionais. Os sucessos alcançados pelos três últimos romances podem ser atribuídos a pelo menos dois fatores, de acordo com o recorte adotado nesta tese. Em primeiro lugar, devemos considerar as grandes mudanças nos hábitos tanto de produção editorial – devido aos avanços e ao barateamento das tecnologias de editoração e impressão, o que elevou

---

<sup>138</sup> Entrevista à revista portuguesa Ípsilon, em 17/07/2009. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 20 jul. 2016, 16h21.

significativamente o número de editoras, autores, livros, distribuidores, livrarias etc. – quanto de consumo de livros, atrelado à elevação do poder de compra de todas as classes sociais, em comparação com a década anterior. Tudo isso, naturalmente, resultou em melhores estatísticas do mercado editorial, como foi demonstrado ao longo deste trabalho. Entretanto, no caso de Chico Buarque, não podemos ignorar outro dado: *Budapeste*, *Leite derramado* e *O irmão alemão*, cada um de uma maneira específica, tangenciam a empiria do autor, colocando-o em evidência.

O primeiro, lembremos, compõe um jogo de duplicações que põe em xeque a própria autoria do romance, ao ponto de espelhar Chico Buarque em seus personagens, com os quais divide o nome no romance:

É o Sr.... o “real” coautor do livro *Budapeste*, dividido com Zsoze Kósta, o personagem autor para quem ele cria uma história em primeira pessoa. E se é ele o nome *vero-ficcional* à capa do livro furta-cor, é ele, de certo modo, o tal “Chico Buarque”, agora transformado em personagem de José Costa, que por sua vez é criação do Sr...., correspondente ficcional de Chico Buarque (DELMASCHIO, 2014, p. 148).

Em *Leite derramado*, por sua vez, parte da crítica especializada destacou sua aproximação temática com *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda, pai de Chico Buarque, fato que rendeu tanto elogios quanto depreciações com base nesse dado biográfico:

Em seu quarto romance, Chico Buarque segue a tradição do pai, o sociólogo e historiador Sérgio Buarque de Holanda, cujo clássico “*Raízes do Brasil*” descreve o processo de formação da sociedade brasileira como singular e distinto da dos outros países da América Latina. “O curioso é que ele se surpreendeu quando levantei a hipótese de a imprensa relacionar seu novo livro com a obra do pai”, comenta o editor Luiz Schwarcz.

Há, no entanto, influências sociológicas, literárias e familiares. Criado em um ambiente notadamente intelectual, Chico Buarque gosta de relembrar com amigos a seriedade profissional do pai. “Sérgio sempre dizia que literatura é coisa séria”, comenta o compositor que, ao ser premiado com o Jabuti de melhor ficção com “*Estorvo*”, em 1992, fez questão de receber a estatueta, mesmo debilitado por uma perna quebrada e meio avesso a cerimônias. “Meu pai também ganhou um Jabuti”, orgulhava-se (BRASIL, 2016).

Nenhuma falha, contudo, é mais grave do que a abordagem sociológica de boteco (ou de centro acadêmico) que Chico aplica à história. Em todo o tempo ele se dedica a culpar a origem nobre de seu protagonista como razão de todos os descaminhos do país – do racismo à corrupção política. Pedido de desculpas de um burguês (um Buarque de Hollanda...) (LOPES, 2016).

Já com relação a *O irmão alemão*, a autorreferencialidade atinge seu grau mais explícito, se comparado aos romances anteriores, recriando livremente eventos biográficos em forma de ficção. Embora se relativize a veracidade das informações contidas no romance (e as fontes biográficas não são guardadas em segredo), reflexos do



efeito de leitura da autoficção, a remissão ao autor se torna uma sombra da qual é difícil se desvencilhar ao longo da narrativa: “Essa é a grande armadilha da literatura — que Chico (mas será ele mesmo?) manobra com destreza. Como uma dobradiça, o romance se desdobra em duas chapas de tamanho e forma semelhante — ora encaixado em fatos, nomes e documentos que prometem o real, ora erguido sobre as sombras não menos verdadeiras da imaginação” (CASTELLO, 2016). Além disso, houve um esforço editorial quanto ao projeto gráfico da obra, modificando-o quase inteiramente se comparado aos romances anteriores. Percebemos que as alterações põem em foco a imagem e o nome do autor e, ao mesmo tempo, atendem a estratégias de *marketing* que promovem maior visibilidade à obra, considerando um mercado cada vez mais concorrido.

O que esse panorama nos diz? Se dividimos a produção dos romances de Chico Buarque em duas etapas – a da primeira metade da década de 1990 e a pós-2000 –, observaremos, no segundo grupo (*Budapeste*, *Leite derramado* e *O irmão alemão*), um movimento progressivo da narrativa em direção à figura empírica do escritor, não apenas no jogo da função autor foucaultiana, mas ultrapassando o nome da capa ao tocar na *grife* Chico Buarque, para dialogar mais uma vez com Andréia Delmaschio, o que produz um efeito de superexposição. Obviamente, não podemos tomar como verdade que tal efeito ofusca o desenvolvimento das narrativas, cujos enredos têm boa recepção da crítica especializada. Porém, a evocação da figura autoral à trama é uma escolha para esses romances, partindo, claro, do próprio autor, no uso da autorreferência. Seria uma forma de tirar proveito da própria condição de celebridade? Aumentar o número de vendas? Atender a uma demanda do mercado editorial? Uma provocação do autor diante da polêmica da interdição das biografias não autorizadas, contra as quais se posicionou? A busca por essas respostas não chegaria ao fim – mas nosso interesse não é por elas. Tampouco a desmitificação de Chico Buarque, um dos artistas brasileiros mais celebrados, se mostra como um movimento suficiente para rever práticas da literatura pós-Romantismo, uma vez que parece haver também um processo de mitificação da desmitificação, como Barthes frisou em “A mitologia hoje”:

Não que essa distinção seja falsa ou ineficaz, mas ela se tornou de certo modo mítica: não há um estudante que não denuncie o caráter burguês ou pequeno-burguês de uma forma (de vida, de pensamento, de consumo); em outras palavras, criou-se uma *endoxa* mitológica: a denúncia, a desmistificação (ou desmitificação) mesma se tornou discurso, *corpus* de frases, enunciado catequético (BARTHES, 2004, p. 78).

Não basta o movimento de *chicoclastia*. É necessário, como sugere Barthes, o de *semioclastia*, no intuito de abalar o próprio signo no qual aporta o mito.

[...] já não são os mitos que é preciso desmascarar (a *endoxa* encarrega-se disso), é o próprio signo que é preciso abalar; não se trata de revelar o sentido (latente) de um enunciado, de um traço, de uma narrativa, mas de fissurar a própria representação do sentido; não se trata de mudar ou purificar os símbolos, mas de contestar o próprio simbólico (BARTHES, 2004, p. 78).

No nosso caso, o signo a ser abalado deve ser a autoria? A autoria inevitavelmente se liga à noção de sujeito, e desta o sistema capitalista não abre mão – ao menos enquanto estiver promovendo retorno financeiro. Evando Nascimento nos lembra: “sim, o eu é uma de nossas mais caras ficções – carecemos dela apaixonadamente” (NASCIMENTO, 2008, p. 138). Após o percurso desta tese, poderíamos, talvez, adaptar as palavras: O autor é um dos nossos mais caros mitos – e, sim, *ainda* carecemos dele apaixonadamente. Se o mito de Chico não é o mesmo de Francisco, será mesmo que Chico é um nome de escritor ruim?

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AGAMBEN, Giorgio. *Profanações*. Trad. Silvina J. Assmann. São Paulo: Boitempo, 2007.

ALVES, Pedro Justino. Sobre *Leite derramado*, originalmente publicado em *Diário Digital* (Lisboa), em 25/06/2009. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 27 maio 2016, 11h41.

ANDRADE, Carlos Drummond de. Sobre Chico Buarque, para o *Correio da Manhã*, em 14/10/66. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/texto/artigos/mestre.asp?pg=opartigo\\_drummond.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/artigos/mestre.asp?pg=opartigo_drummond.htm)>. Acesso em: 03 abr. 2016, 00h15.

ARFUCH, Leonor. *O espaço biográfico*: dilemas da subjetividade contemporânea. Trad. Paloma Vidal. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.

AZEVEDO, Reinaldo. Querem que eu fale a sério sobre o Jabuti do sambista Chico Buarque? Pois não! Então vamos lá!. Postado no *blog* Reinaldo Azevedo, no portal da revista *Veja*. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/querem-que-eu-fale-a-serio-sobre-o-jabuti-do-sambista-chico-buarque-pois-nao-entao-vamos-la>>. Acesso em: 27 maio 2016, 15h36.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo*: a transformação de pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Trad. Júlio Casgañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BARTHES, Roland. *A preparação do romance*: a obra como vontade. Trad. Leyla Perrone-Moisés. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Trad. Rita Buongiorno e Pedro de Souza. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Trad. Rita Buongiorno, Pedro de Souza e Rejane Janowitzer. 6. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2012.

BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris: Éditions du Seuil, 1970.

BARTHES, Roland. *O rumor da língua*. Trad. Mário Laranjeira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. Trad. Sergio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BLANCHOT, Maurice. *O livro por vir*. Trad. Leyla Perrone-Moisés. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BRASIL, Ubiratan. Decadência familiar inspira 4º romance de Chico Buarque. Publicado originalmente em *O Estado de S. Paulo*, em 28/03/09. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 11 jul. 2016, 22h01.

BREMMER, Jan N. Myth, Mythology, and Mythography. In: BOYS-STONES, George; GRAZIOSI, Barbara; VASUNIA, Phiroze (Ed.). *The Oxford Handbook of Hellenic Studies*. New York: Oxford University Press, 2009. p. 678-686.

BORGES, Jorge Luis. *Ficções*. Trad. Davi Arrigucci Jr. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

BUARQUE, Chico. *Benjamim*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

BUARQUE, Chico. *Benjamim*: romance. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004a.

BUARQUE, Chico. *Budapeste*: romance. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

BUARQUE, Chico. *Chapeuzinho Amarelo*. 37. ed. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 2015.

BUARQUE, Chico. *Estorvo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

BUARQUE, Chico. *Estorvo*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004b.

BUARQUE, Chico. *Leite derramado*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BUARQUE, Chico. *O irmão alemão*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

CALVINO, Italo. *O cavaleiro inexistente*. Trad. Nilson Moulin. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. Trad. Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1949.

CASTELLO, José. Crítica: ‘O irmão alemão’ vai ao limite de uma busca alucinante. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/livros/critica-irmao-alemao-vai-ao-limite-de-uma-busca-alucinante-14564813>>. Acesso em: 12 jul. 2016, 20h54.

CESAR, Ana Cristina. *A teus pés*. São Paulo: Ática, 2002.

CHARTIER, Roger. *A mão do autor e a mente do editor*. Trad. George Schelesinger. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

CHARTIER, Roger. *O que é um autor? Revisão de uma genealogia*. Trad. Luzmara Curcino; Carlos Eduardo de Oliveira Bezerra. São Paulo: EdUFSCar, 2012.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

COLONNA, Vincent. *Autofiction & autres mythomanies littéraires*. [S.L.]: Tristram, 2004

COUTO, José Geraldo. Sobre *Benjamim*, publicado originalmente na *Folha de S. Paulo*, em 02/12/95. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=benjamim\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=benjamim_critica.htm)>. Acesso em: 17 abr. 2016, 16h35.

DELMASCHIO, Andréia. *A máquina de escrita (de) Chico Buarque*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2014.

DELMASCHIO, Andréia. *Mortos vivos*. Vitória: Secult, 2008.

DERRIDA, Jacques. *A farmácia de Platão*. Trad. Rogério da Costa. São Paulo: Iluminuras, 2005.

DERRIDA, Jacques. *Gramatologia*. Trad. Miriam Schnaiderman e Renato Janine Ribeiro. São Paulo: Perspectiva/Editora da Universidade de São Paulo, 1973.

DESCARTES, René. *Discurso do método*. Trad. de J. Guinsburg e Bendo Prado Júnior. 3. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Col. Os pensadores).

DETIENNE, Marcel. *Os mestres da verdade na Grécia arcaica*. Trad. Andréa Daher. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988.

DOUBROVSKY, Serge. *Fils*. Paris: Galimard, 2001.

ELIADE, Mircea. *Mito e realidade*. Trad. Pola Civelli. São Paulo: Perspectiva, 1972.

FIGUEIREDO, Vera Follain de. O livro da vida e as tramas da rede. In: FUKELMAN, Clarisse (Org.). *Eu assino embaixo: biografia, memória e cultura*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014, p. 61-76.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

FOUCAULT, Michel. A escrita de si. In: \_\_\_\_\_. *Ética, sexualidade, política*. Org. e sel. de Manoel Barros da Motta. Trad. Elisa Monteiro e Inês Dourado Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 144-162. (Col. Ditos e Escritos; v. V).

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 17. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

FOUCAULT, Michel. O que é um autor? In: \_\_\_\_\_. *Estética: literatura e pintura, música e cinema*. Trad. Inês Autran Dourado Barbosa. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013. p. 268-302.

FREUD, Sigmund. *Além do princípio de prazer*. Trad. Christiano Monteiro Oiticica. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. *Sete aulas sobre linguagem, memória e história*. 2. ed. Rio de Janeiro: Imago, 2005.

GUÉRIO, Rosário Farâni Mansur. *Dicionário etimológico de nomes e sobrenomes*. São Paulo: Ave Maria, 1981.

HATOUM, Milton. Com Chico Buarque na FLIP. Publicado no portal *Terra Magazine*, em 21/07/2009. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 27 maio 2016, 11h33.

HESÍODO. *Teogonia*. Trad. Jaa Torrano. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 1995.

HOMEM, Wagner. *Histórias de canções: Chico Buarque*. São Paulo: Leya, 2009.

HUNT, Peter. Entrevista à revista *Época*, em 12 de novembro de 2010. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI187548-15227,00-PETER+HUNT+O+SUCESO+DE+HARRY+POTTER+SERA+REPETIDO.html>>. Acesso em: 27 mar. 2016, 1h32.

JUNG, Carl Gustav. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Trad. Dora Mariana R. Ferreira da Silva e Maria Luiza Appy. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

KLINGER, Diana Irene. *Escritas de si, escritas do outro: o retorno do autor e a virada etnográfica*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2007.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mito e significado*. Trad. António Marques Bessa. Lisboa: Edições 70, 1987.

LÍSIAS, Ricardo. *Divórcio*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

LISPECTOR, Clarice. Xico Buark me visita. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/texto/artigos/mestre.asp?pg=opartigo\\_26\\_06\\_71.htm](http://www.chicobuarque.com.br/texto/artigos/mestre.asp?pg=opartigo_26_06_71.htm)>. Acesso em: 05 abr. 2016, 00h21.

LOPES, Jonas. Sociologia derramada. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 29 maio 2016, 21h15.

LOUREIRO, Raul. Entrevista contida na reportagem “Raul Loureiro é recordista do Jabuti”, para o jornal *Estadão*. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,raul-loureiro-e-recordista-do-jabuti,20020318p2292>>. Acesso em: 02 jun. 2016, 11h35.

MAINARD, Diogo. Sobre *Benjamim*, publicado originalmente na revista *Veja*, em 13/12/1995. Disponível em:

<[http://chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=benjamim\\_critica.htm](http://chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=benjamim_critica.htm)>. Acesso em: 10 jun. 2016, 21h25.

MARTINELLI FILHO, Nelson. *Confissão e autoficção na obra de Reinaldo Santos Neves*. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Espírito Santo, 2012.

MASSI, Augusto. Sobre *Estorvo*, publicado originalmente em *Novos estudos: Cebrap* - 10/91. Disponível em: <[http://chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo\\_critica.htm](http://chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=estorvo_critica.htm)>. Acesso em: 10 jun. 2016, 16h41.

MIRISOLA, Marcelo. *Prosa Online*, 29 de junho de 2009. Disponível em: <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 10 jun. 2016, 14h39.

NASCIMENTO, Evando. *Retrato desnatural: (diários – 2004 a 2007)*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

PADILHA, Fabíola. Agamben e Chartier, leitores de Foucault: um retorno ao autor. *Revista da Anpoll*, v. 1, n. 36, p. 14-38, 2014.

PATAI, Raphael. *O mito e o homem moderno*. Trad. Octavio Mendes Cajado. São Paulo: Cultrix, 1974.

PIRES, Paulo Roberto. *Se um de nós dois morrer*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

RÓNAI, Paulo. Esplendor e miséria do best-seller, por Paulo Rónai. Texto inédito publicado na *Folha de São Paulo*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2014/10/1537270-esplendor-e-miseria-do-best-seller-por-paulo-ronai.shtml>>. Acesso em: 26 mar. 2016, 14h30.

ROUSSEAU, Jean-Jaques. *Confissões*. Trad. Rachel de Queiroz e José Benedicto Pinto. Bauru, SP: Edipro, 2008.

SANTIAGO, Silviano. *Nas malhas da letra: ensaios*. Rio de Janeiro: Rocco, 2012.

SCHØLLHAMMER, Karl Erik. *Ficção brasileira contemporânea*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

SCHWARCZ, Luiz. O mundo assombrado pelos best-sellers — ou me perdoe a pressa, é a alma dos nossos negócios. Publicado no *Blog da Companhia*. Disponível em: <<http://www.blogdacompanhia.com.br/2016/06/o-mundo-assombrado-pelos-best-sellers-ou-me-perdoe-a-pressa-e-a-alma-dos-nossos-negocios>>. Acesso em: 04 jun. 2016, 00h01.

SHATZKIN, Mike. Quando se trata de apoiar autores em esforços de marketing, nenhuma editora acertou ainda. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/materias/2016/04/05/quando-se-trata-de-apoiar-autores-em-esforos-de-marketing-nenhuma-editora-acertou-ainda>>. Acesso em: 09 abr.

2016, 23h51.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SODRÉ, Muniz. *Teoria da literatura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

SODRÉ, Muniz. *Best-seller: a literatura de mercado*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1988.

SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. Trad. Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SÜSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de letras: Literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das letras, 1987.

TAVARES, João Miguel. Sobre *Leite derramado*, originalmente publicado em *TimeOut* (Lisboa), em 23/06/2009: Disponível em: [http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 27 maio 2016, 11h51.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo – Volume I*. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VASCONCELOS, Nelson. Leia Chico Buarque para matar saudades do Noll. Publicado no Blog Ancelmo Gois, em 01 de abril de 2009. <[http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite\\_critica.htm](http://www.chicobuarque.com.br/critica/mestre.asp?pg=leite_critica.htm)>. Acesso em: 10 jun. 2016.

VERNANT, Jean-Pierre. *As origens do pensamento grego*. Trad. Ísis Borges B. da Fonseca. Rio de Janeiro: Difel, 2002.

VEYNE, Paul. *Acreditavam os gregos em seus mitos?* Trad. Horácio Gonzáles e Milton Meira Nascimento. São Paulo: Brasiliense, 1984.

VILA-MATTAS, Enrique. *Bartleby e companhia*. Trad. Maria Carolina de Araújo e Josely Vianna Baptista. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

VILA-MATTAS, Enrique. *Suicídios exemplares*. Trad. Carla Branco. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

ZOLOTAR, Bruno. Entrevista ao site *Homo Literatus*. Disponível em: <<http://homoliteratus.com/escrever-e-uma-parte-trabalho>>. Acesso em: 26 mar. 2016, 15h21.